

# Trabajo de Fin de Grado

Curso Académico 2019-2020

Facultad de Ciencias Sociales y  
Jurídicas de Elche



**UNIVERSITAS**  
*Miguel Hernández*

UNIVERSITAS Miguel Hernández

**BLACK MIRROR. Un reflejo no tan  
distorsionado de la sociedad**

**BLACK MIRROR. A not so distorted reflection  
of society**

Alumno/a: Álvaro Corredor Payá

Tutor/a: Jaime Quiles Campos



## Resumen

Hace unos años que hemos cruzado las puertas a una nueva era, marcada por la tecnología y el consumo. Esta época ha cambiado las bases de nuestra sociedad, nuestra cultura, nuestra moral y nuestra forma de comunicarnos. En mitad de esta nueva era ha surgido *Black Mirror*, una serie que pone en entredicho muchas de las cosas que creemos sobre la humanidad y sobre nuestra forma de interactuar con la tecnología.

## Palabras clave

*Black Mirror* / tecnología / sociedad / medios de comunicación / redes sociales

## Abstract

There's been a few years since we crossed the gates of a new age, marked by technology and consumption. This period has changed the foundations of our society, our culture, our morals and our way of communicating. In the middle of this age *Black Mirror* have emerged, a series that calls into question many of things that we believe about humanity and the way we interact with technology.

## Key words

*Black Mirror* / technology / society / media / social media

# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	<b>6</b>
1.1. Presentación	7
1.2. Justificación del trabajo	8
<b>2. Estado de la cuestión</b>	<b>9</b>
<b>3. Objetivos e hipótesis</b>	<b>13</b>
3.1. Objetivos	14
3.2. Hipótesis	15
<b>4. Metodología</b>	<b>17</b>
<b>5. Resultados</b>	<b>20</b>
<b>5.1. La sociedad digital y el nuevo paradigma de la comunicación</b>	<b>21</b>
5.1.1. Nuevo modelo de sociedad	22
5.1.2. Nuevo paradigma de la comunicación	25
<b>5.2. Black Mirror</b>	<b>30</b>
5.2.1. El creador, Charlie Brooker	31
5.2.2. Información de la serie	32
<b>5.3. Capítulo 1: El Himno Nacional</b>	<b>34</b>
5.3.1. Ficha técnica	35
5.3.2. La trama del capítulo	35
5.3.3. El debate inicial de los medios tradicionales	37
5.3.4. Las redes sociales como reflejo de la opinión pública	41
5.3.5. Las redes sociales como arma	43
5.3.6. La adaptación de los medios tradicionales a la sociedad actual	46
5.3.7. El poder de absorción de la tecnología	50



<b>5.4. Capítulo 2: 15 Millones de Méritos</b>	<b>52</b>
5.4.1. Ficha técnica	53
5.4.2. La trama del capítulo	53
5.4.3. La digitalización y la ausencia de lo real	55
5.4.4. La sociedad de 15 Million Merits. Otra dictadura maquillada	58
5.4.5. El horizonte de los 15 millones de méritos	65
5.4.6. La verdadera cumbre del mérito	67
<b>5.5. Capítulo 3: Toda tu Historia</b>	<b>71</b>
5.5.1. Ficha técnica	72
5.5.2. La trama del capítulo	72
5.5.3. El grano, otra forma de control social	74
5.5.4. La espectacularización de la vida privada	77
5.5.5. La ausencia de intimidad en las relaciones interpersonales	79
5.5.6. Una cadena que ata al pasado	82
<b>6. Conclusión</b>	<b>84</b>
6.1. El uso de la tecnología en Black Mirror	85
6.2. La perspectiva social y mediática de Black Mirror	88
6.3. Bing Matsen, ¿una metáfora de la propia serie?	92
6.4. La metáfora del espejo negro	98
<b>7. Bibliografía</b>	<b>99</b>
7.1. Bibliografía	100
7.2. Webgrafía	103
7.3. Filmografía	106

# 1. INTRODUCCIÓN



## 1.1. PRESENTACIÓN

Suena el despertador de nuestro teléfono móvil. Lo primero que hacemos es desactivar esa condenada alarma y responder ese agradable mensaje de buenos días, no sin antes haber mirado las noticias más destacadas del día y el tiempo que está haciendo fuera. Será un día soleado, un buen día. Desayunamos mientras vemos un interesante vídeo de YouTube y contestamos los mensajes de WhatsApp. Entonces el móvil se apaga de golpe, parece que el cargador no funcionaba y todo lo que queda en la pantalla es el reflejo de un rostro cansado y descompuesto. Un espejo negro, sin nada más que cables y conexiones en su interior, mostrando una imagen distorsionada y oscura.

En una época en la que cientos de miles de series son emitidas en los televisores y en las nuevas plataformas, pocas son las que verdaderamente destaquen por su mensaje y su contenido crítico. Una de ellas es a la que da nombre la metáfora que hemos comentado, la del espejo negro en el que se convierte una pantalla apagada, *Black Mirror*. Especialmente a lo largo de sus primeras temporadas, *Black Mirror* ha sido una revolución en Gran Bretaña y en todo el mundo. A través de sus capítulos, su creador Charlie Brooker ha encontrado la mejor forma de transmitir su opinión del uso que hacemos de la tecnología, de la forma en la que vivimos en sociedad y de la propia condición humana.

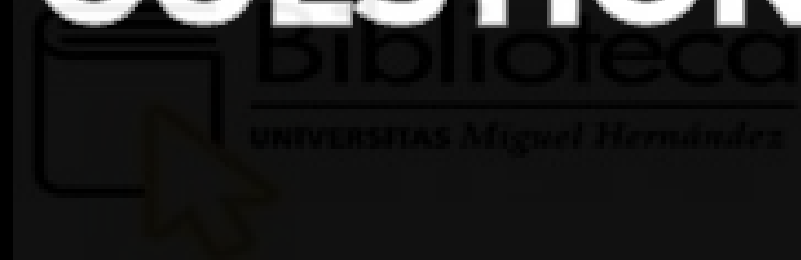
Las ideas y teorías de Brooker las hemos visto en expertos de todo el mundo y no sobresalen por tener un enfoque especialmente innovador, sin embargo, sí lo hacen por la forma en la que las transmite, por medio de sus excelentes narrativas y de los mundos que construye, pero sobre todo por el impacto que la serie ha tenido a nivel global. Todo esto la ha convertido no solo en una obra maestra en el ámbito de las series de televisión, sino también en toda una referencia en cuanto a teorías mediáticas, sociológicas, filosóficas e incluso políticas.

## 1.2. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

Me considero una persona definida por muchos matices diversos, pero sin lugar a dudas de mis rasgos más definitorios son mi adicción a las series de televisión y mi inconformismo, especialmente en lo referente a la sociedad. Estas dos características se unieron cuando vi por primera vez un capítulo de la aclamada serie *Black Mirror*. Esta serie, en especial en su primera temporada, no solo desprende una calidad audiovisual que no tiene nada que envidiar a muchos largometrajes de la gran pantalla, también engloba todo tipo de cuestiones morales y controvertidas que más de una vez dejan con un sabor de boca del todo desagradable, no solo por lo crudo de algunas imágenes, sino más bien por vernos a nosotros mismos reflejados en tales actos y situaciones.

Hay muchos análisis de la serie, del significado de sus metáforas y de sus mensajes, de los aspectos éticos y de los políticos, incluso se ha analizado desde el punto de vista filosófico y, por supuesto, cinematográfico. Sin embargo, no son muchos los análisis de la serie desde el punto de vista periodístico y de las teorías de la comunicación mediática. El valor de este trabajo radicará precisamente en eso, en la comparación de estas historias con los diferentes modelos de comunicación planteados por grandes pensadores como Byung-Chul Han, Castells o Noelle-Neumann, entre otros, además de su comparación con casos reales. Además, también abarcará con un diferente grado de profundidad algunos aspectos de la serie e incidirá en otros a los que no se les ha dado cabida en otros estudios similares. El análisis también abarcará diferentes aspectos sociológicos y políticos, pero su valor añadido es que será analizada la perspectiva que el director ofrece del propio papel del profesional de la información, de su trabajo, de su ética y de su moral, desde la subjetividad propia de un periodista.

# 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN



El trabajo está centrado principalmente en dos apartados, por un lado, la sociedad postmoderna y su relación con los medios de comunicación y con la tecnología y, por otro, la serie *Black Mirror* con todos los temas que se presentan a lo largo de los capítulos de su primera temporada.

El primer apartado, el de la sociedad postmoderna y su relación con la tecnología y la comunicación ha sido muy estudiado desde su surgimiento por infinidad de expertos de todas las materias. Filósofos, sociólogos, psicólogos y periodistas, entre muchos otros, han realizado infinidad de estudios y de análisis, algunos de los más importantes serían los libros de Manuel Castells, de Scolari o de Bauman, aunque habría miles de ejemplos que citar.

Respecto a la serie *Black Mirror* también podemos encontrar muchísimos artículos y trabajos que la analizan en diferentes niveles.

A un nivel superficial existen cientos de miles de opiniones redactadas en foros de internet y también de reviews en diversas páginas web, así como una ingente cantidad de vídeos de opinión y de análisis de los capítulos. Aunque algunos de ellos están bien contruidos y tienen una investigación concienzuda detrás (como por ejemplo el vídeo *Black Mirror [Análisis] - Post Script* del youtuber Dayo Script), la mayoría son meras opiniones sin fundamento ni instrucción del usuario promedio al que le gusta la serie.

Existe un nivel intermedio, que englobaría aquellos artículos y críticas que pueden encontrarse en muchas páginas de internet y sobre todo en revistas y periódicos, cuyos autores son verdaderos críticos de cine. Estos análisis son en su mayoría críticas meramente cinematográficas que no profundizan verdaderamente en el contenido de los capítulos más allá del lenguaje cinematográfico y lo que se muestra en pantalla.

En el nivel más bajo se encontrarían los trabajos de investigación y los artículos de expertos en diferentes campos sobre aspectos concretos de la serie o sobre la serie en general. En este nivel encontramos trabajos desde todas las materias: Filosofía, sociología, filología, psicología, antropología, publicidad y también de periodismo y de ciencias de la comunicación. Algunos ejemplos de estos son el trabajo de publicidad para la Universidad de Segovia de Aroni Laimito *El amor postmoderno y las nuevas*

*tecnologías: A propósito de Black Mirror (2019), Comparación de utopía y distopía en Black Mirror: Comparación del contexto con la Primavera Árabe (Collado, 2019)* estudiante del mismo grado y la misma universidad, o el trabajo de filología inglesa e hispánica de la UAB *Otredad en Black Mirror (Esteban Tomás, 2018)*. Todos estos trabajos tenían en común un alto grado de especialización en su materia y un contenido alejado del periodismo y la comunicación.

Por otro lado, el trabajo de filosofía *Al otro lado del espejo negro: Análisis del discurso verbal en la serie de televisión Black Mirror (Benedí Esteban, 2013)* y el de comunicación política de la Universidad Nacional del Rosario *De la comunicación de masas a las hipermediaciones: La emergencia de nuevas formas de comunicación y consumo digitales. Análisis de Black Mirror (Malchiodi, 2017)*, pese a ser de materias diferentes, están bastante relacionados con la idea original de este trabajo y han sido utilizados para algunas citas y referencias de varios temas de análisis.

Los trabajos y artículos de periodismo y comunicación forman un pequeño porcentaje del total y los que tienen un grado alto de profundidad son bastante escasos. Algunos ejemplos son: El artículo de Medium de Marina Cossialls *“Black Mirror” el reflejo de una sociedad tecnológica (2016)*, *Black Mirror: El espejo que nos mira (2020)* del profesor de la Universidad de Palermo Nicolás Sorrivas, el trabajo de Jéssica Villacañas *Representaciones de los medios de comunicación y las tecnologías en las sociedades ficticias de ‘Black Mirror’: Un enfoque postmoderno (2018)* y *Black Mirror, Mc Luhan y la era digital (Echauri-Soto, 2016)*, publicado en la revista electrónica Razón y Palabra. Todos los trabajos tienen en común con éste su especialización en los medios de comunicación de *Black Mirror* y se desmarcan de él por diferentes motivos:

Los artículos de Marina Cossialls y Nicolás Sorrivas se diferencian de este trabajo en el formato, al tratarse de artículos tienen una longitud mucho menor y por lo tanto una capacidad de análisis mucho más baja que un trabajo de investigación como algunos de los otros ejemplos que hemos visto.

Por el contrario, los trabajos de Echauri-Soto y Jéssica Villacañas tratan el análisis de la serie a nivel general sin centrarse en una temporada concreta o detenerse en los diferentes temas que aporta un capítulo. Se tratan ambos de análisis generales que, aun tratando

temas relevantes de forma efectiva, muchas veces se pierden en información complementaria y que no aportan datos de verdadera relevancia para el análisis, algo que en menor medida también sucedía al trabajo de comunicación política de Lara Malchiodi. Sin embargo, a pesar de no estar del todo relacionados con el tema o de diferenciarse en mayor o menor medida de los objetivos propuestos en este trabajo, todos (o casi todos) los artículos y trabajos de investigación recogidos en este apartado son parte de la bibliografía de este trabajo de fin de grado y muchas de sus referencias han resultado vitales para su ejecución.





# 3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS



### 3.1. Objetivos

El objetivo principal del trabajo es definir y ampliar la perspectiva de la sociedad posmoderna y del uso de la tecnología que nos plantea la primera temporada de la serie *Black Mirror* y su creador, Charlie Brooker. Para ello vamos a desarrollar una serie de objetivos específicos:

1. Examinar la perspectiva que la serie *Black Mirror* ofrece sobre los medios de comunicación de masas.
2. Comparar estas perspectivas con los diferentes modelos de la comunicación existentes.
3. Descifrar todas las metáforas y mensajes que la serie sugiere, pero que no se comunican de forma directa al espectador.
4. Desgranar todos los temas que la narrativa plantea y analizarlos minuciosamente a través del propio conocimiento y del de otros autores.
5. Vislumbrar cuál es el papel que ejercen los periodistas en las diferentes historias.
6. Analizar los diferentes casos que presenta la primera temporada de la serie y hacer comparaciones con casos reales.
7. Comprobar si la propia serie y su autor son reflejados en el contenido de sus tramas.

## 3.2. Hipótesis

La serie *Black Mirror* se presenta desde el principio como una crítica a la sociedad actual, a los medios de comunicación y a la forma en la que las personas consumimos la tecnología. En todas las sociedades distópicas que plantea la serie se nos plantea una forma de vida ligada a la tecnología y al control de la ciudadanía. Sin embargo, algo que queda en duda incluso para los consumidores más asiduos de la serie es si las diferentes sociedades de *Black Mirror* son una víctima de la propia tecnología, tal y como sucede en la obra de Aldous Huxley *Un mundo feliz* o si la tecnología es una herramienta del poder, como en *1984* de George Orwell. Para sintetizar, ¿quién es el “villano”, la tecnología o la sociedad?

Mi principal hipótesis es que el verdadero “villano”, aunque a veces sea difuso y difícil de ver acabará siendo la tecnología y las posibilidades que nos brinda. Para llegar a esa conclusión antes habrá que analizar los objetivos específicos propuestos:

1. Respecto a la perspectiva de los medios de comunicación, opino que los diversos casos e historias presentados en la primera temporada ofrecerán una perspectiva totalmente negativa de los medios de comunicación y que presentarán nuestra sociedad con un cierto pesimismo que podría compararse, por ejemplo, a la teoría de la Espiral del Silencio de Noelle-Neumann.
2. El papel de los periodistas se alejará del reflejado en películas como “Todos los hombres del presidente”, es decir, del periodismo visto como el 4º poder, como la garantía de la justicia en la sociedad. Por el contrario, supongo que la visión del periodismo se acercará más al de un mero instrumento en la búsqueda del control social y del beneficio individual de los propios medios.
3. La comparación con casos reales será posible en algunos casos, pero dado que se trata de completas hipérbolas y exageraciones del mundo real, dudo que se cumpla esa famosa frase de “la realidad supera a la ficción”.

4. La autorreferencia al creador Charlie Brooker es algo más que probable, ya sea como metáfora o incluso algún guiño oculto (o “easter egg”) en los capítulos.



# 4. METODOLOGÍA



La metodología a seguir en este Trabajo de Fin de Grado para superar los objetivos propuestos tendrá su pilar central en el análisis cualitativo de los tres capítulos de la primera temporada de *Black Mirror*. Este análisis será riguroso y selectivo de aquellas partes del capítulo que estén más estrechamente relacionadas con los objetivos planteados, es decir, con la perspectiva social, con los medios de comunicación tradicionales o con el nuevo paradigma de la comunicación que ha surgido a raíz del auge de las nuevas tecnologías de la información.

El análisis será contrastado y complementado con otros muchos análisis y trabajos realizados por expertos de diversas materias, como críticos de cine y de series, titulados en filosofía, en psicología, en filología y también en ciencias de la información, así como con expertos reconocidos en dichas materias y en otras.

Además del pilar central de la metodología del trabajo que es el análisis, tendrá una gran importancia la comparación de los diferentes temas y mensajes que traslada la serie con diversas teorías y modelos de la comunicación propuestos por autores de la talla de Manuel Castells, Scolari, Maletzke o el propio Marshall McLuhan, entre otros.

Para este trabajo se ha planteado y descartado algunos análisis cuantitativos que son muy recurrentes en trabajos de esta índole y muy comunes en análisis extensos de *Black Mirror*, pero que en muchos casos no ofrecen ningún contenido nuevo ni un valor de ningún tipo. Por ejemplo, en muchos análisis se recurre al recuento del número de menciones que se hace en los capítulos a diferentes tecnologías, como la televisión o las redes sociales, algo que, a mi juicio, no ofrece ningún valor añadido al análisis. De igual manera se había descartado en un primer momento el uso de encuestas, por no ofrecer datos reveladores para los objetivos propuestos, sin embargo, una de las incógnitas que se plantean en la conclusión sí acaba muy supeditada a la respuesta del público.

Por esto, finalmente, uno de los métodos utilizados en el trabajo es un método cuantitativo, una encuesta muy breve y muy concreta difundida a través de la red social Instagram. Al tratarse de una encuesta que solo cumple el objetivo de conocer la opinión de un pequeño sector de la ciudadanía, el de los jóvenes (16 a 29 años), que además ocupan el puesto de los más numerosos consumidores de series, se trata de una encuesta muy acotada y que no atiende a segregación de ningún tipo por sexo o edad. Se trata

simplemente de responder a la pregunta de si la serie logra hacer reflexionar a sus espectadores. El formato es el de una “miniencuesta” a través de varios “instastories”, un formato muy utilizado en las nuevas campañas de marketing digital, cuya forma y resultado quedarán directamente reflejados en la conclusión del trabajo.



# 5. RESULTADOS





## 5.1. La sociedad digital y el nuevo paradigma de la comunicación

“Internet (...) es el medio de comunicación que sustituye la forma organizativa de nuestras sociedades” (Castells, 2008).



Representación abstracta de la sociedad digital / Fuente: IdSA.

### 5.1.1. Nuevo modelo de sociedad

A partir de la Segunda Guerra Mundial las sociedades occidentales entraron en un período de paz parcial e ininterrumpida, caracterizado por avances en muchas materias, aunque con una que creció por encima de las demás, la tecnología.

En el análisis de Gordon de 2016 se señala como el “factor esencial del progreso la tecnología, en el transcurso de tres revoluciones industriales, la tercera de las cuales, la digital, desarrollada entre 1996 y 2004, habría sido de escasos efectos” (Fontana, 2017, p. 657). Esta última revolución, si bien no ha tenido tantos efectos materiales o físicos es plausible que los ha tenido a nivel cultural y social gracias a uno de los mayores avances de la historia, Internet.

Internet supuso un paso hacia la construcción de la idealizada aldea global, un lugar de encuentro y de unión de la humanidad para esclarecer al mundo en el que todos estaríamos unidos, un proceso que el sociólogo y filósofo polaco Zygmunt Bauman llamaría la modernidad. Esta modernidad, según él, habría sido un fracaso, dando como resultado la postmodernidad (2002). La postmodernidad rompería con la idea de que la ética universal de la modernidad fuera aplicable, en esta nueva era se permite la libertad individual, como forma de enmascarar un control social que no deja de producirse. Los intelectuales han pasado de ser legisladores a meros intérpretes, cada uno con una mirada propia, lo que constituye una realidad totalmente relativa en la que nada es del todo cierto y todo parece tener una justificación (Pinillos, 1997).

En esta sociedad postmoderna la tecnología e internet se sitúan el centro de la mayoría de procesos cotidianos, tanto lúdicos y laborales como meramente comunicativos. Así lo explicó el sociólogo Manuel Castells:

“Internet (...) no es simplemente una tecnología; es el medio de comunicación que sustituye la forma organizativa de nuestras sociedades, el equivalente a lo que la factoría en la era industrial o la gran corporación en la era industrial. Internet es el corazón de un nuevo paradigma socio-técnico que constituye en realidad la base

material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en la que vivimos.” (Castells, 2008, p. 13-24).

Según Manuel Castells el surgimiento de este nuevo modelo social no es resultado únicamente de la influencia de internet y del avance de las tecnologías de la información, también se debe a la crisis de los modelos económicos industriales y del capitalismo, además de por el surgimiento de nuevos movimientos culturales. Todo esto da como resultado una sociedad globalizada, pero desconectada a nivel local en la que existen nuevas relaciones productivas y de consumo, con nuevos productos que permiten la participación del usuario. El usuario, ahora con la posibilidad de interactuar se convierte en hiperlector o prosumidor (Castells, 2008).

Para algunos autores como Jenkins, las redes hacen crecer el poder de los ciudadanos. Para otros, como Noam Chomsky y Ramonet las redes son una parte de la estructura económica capitalista, organizada de modo que el trabajo gratis de los usuarios es explotado en beneficio de las grandes corporaciones (Malchiodi, 2017).

A esta nueva sociedad es a lo que Manuel Castells se refirió con el concepto de sociedad red: “Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información, basada en la microelectrónica” (Castells, 2009, p. 1). La sociedad red trasciende cualquier límite geográfico, lo que la hace una sociedad global y que afecta a toda la ciudadanía, incluso a la que no participa directamente en las redes, ya que tiene un efecto directo en la sociedad (Castells, 2009).

Como toda sociedad, la red también tiene una cultura propia, “una cultura de protocolos que permite la comunicación entre diferentes culturas sobre la base no necesariamente de valores compartidos, sino de compartir el valor de la comunicación” (Castells, 2009, p. 18). Este es un término al que Lévy se refirió como cibercultura, aunque no lo limita a la comunicación, sino también a la investigación, a la producción, organización y administración de la web. En definitiva, una cultura de participación en la que los

individuos realizan acciones comunes en tiempo real y sin importar la ubicación geográfica (Lévy, 2007).

En este nuevo modelo de sociedad, con nuevos modelos productivos y una cultura propia, basado en la interconexión a través de la red y tan dependiente de la comunicación surgen las bases de un nuevo paradigma comunicativo.



## 5.1.2. Nuevo paradigma de la comunicación

La irrupción de internet y del nuevo modelo de sociedad en el panorama informativo rompió con el anterior paradigma de la comunicación, llamado el paradigma de comunicación de masas. Este paradigma estaba dominado mayoritariamente por lo que Marshall McLuhan clasificó como medios calientes, por tener una alta definición de la información y por involucrar en escasa medida a la audiencia. En contraposición se encontraban los medios fríos, aquellos con menor definición pero con una mayor interactividad de la audiencia (McLuhan y McLuhan, 2009).

Los medios masivos reciben su nombre por concebir a la audiencia como una masa con la que había escasa o nula interacción, ya que el flujo informativo era unidireccional (one-to-many) y también se caracterizaban por programar la vida social y establecer una oferta informativa muy restringida (Malchiodi, 2017).

Sin embargo, ya a finales del siglo XX se comenzaron a dejar a un lado los medios cálidos como la prensa y la radio por otros más fríos como la televisión. Ahora con la llegada de internet todos los medios, incluso los cálidos, se han visto obligados a “enfriarse”.

“Ante el modelo de difusión de los medios convencionales (punto-multipunto) de carácter unidireccional y asimétrico, surge un modelo multipunto-multipunto, multidireccional y simétrico, en el cual los usuarios acceden a los servidores donde radica la información y además pueden comunicarse entre sí utilizando el mismo sistema con el que acceden a los medios.” (Orihuela, 2002).

El nuevo modelo de difusión trae consigo un nuevo paradigma que rompe con las formas clásicas del periodismo y de la información y que, como explica José Luis Orihuela, se plasman principalmente en diez cambios o transformaciones:

-De audiencia a usuario: Las nuevas audiencias son ahora capaces de reescribir los contenidos y de crear otros, pasan de ser individuos aislados y pasivos a ser usuarios colaborativos y en mayor o menor medida comprometidos.

-De medio a contenido: La fusión de empresas a servicios ha hecho decaer la importancia de los medios de comunicación, ahora lo que prima es el contenido.

-De soporte/formato a multimedia: Surgen nuevos formatos que reúnen todos los ya vistos.

-De periodicidad a información en tiempo real: Gracias a la inmediatez de las páginas webs y a redes sociales como Twitter.

-De escasez a abundancia de información.

-De intermediación a desintermediación.

-De distribución a acceso.

-De unidireccionalidad a interactividad.

-De lineal a hipertexto.

-De información a conocimiento.

(Orihuela, 2002).

Estos cambios han dado lugar a un paradigma de la comunicación que tiene al usuario como protagonista y que, según Scolari, se ha construido en base a cuatro pilares: la digitalización, la multimedialidad, la interactividad y la hipertextualidad (2008).

La digitalización es definida por Scolari como “la transformación de cualquier documento escrito, gráfico o audiovisual en bits infinitamente modificables y reproducibles” (2008: 287). Es decir la integración de cualquier contenido a los ordenadores, a la web o a cualquier tipo de pantalla. Precisamente esta posibilidad de ver el contenido en cualquier pantalla ha recibido el nombre de convergencia mediática, lo que deriva en un comportamiento volátil de la audiencia y en la aparición de grandes grupos mediáticos,

empresas que han aprovechado esta oportunidad para ampliar su negocio (Malchiodi, 2017).

La multimedialidad es, por otro lado, la aparición de diferentes formatos para un mismo contenido. Estos formatos se encuentran muchas veces combinados dando origen a otros nuevos.

La interactividad es posiblemente la base del nuevo paradigma comunicativo y se trata de ofrecer al usuario la posibilidad de participar en el contenido, dándole la posibilidad de visualizarlo, editarlo, reescribirlo y crear nuevo contenido. Los medios interactivos son las diferentes formas que ha adoptado la tecnología para satisfacer la necesidad de interacción de los usuarios y que podemos ver en todo tipo de contenido en la web, tanto en medios de comunicación, como en páginas de entretenimiento (Malchiodi, 2017).

La hipertextualidad, por otro lado, está totalmente ligado a la interactividad: “Si pensamos en la interactividad desde el punto de vista del usuario, éste da forma y proporciona el contenido, aprovechando el acceso no lineal (...)” (Vacas y Álvarez, 2015, p. 6). Este tipo de acceso es lo que conocemos hoy en día como hipertextualidad y se trata de los códigos y los protocolos que nos permiten desplazarnos e interactuar a través de internet.

A partir del hipertexto y de la interactividad los procesos mediáticos o las mediaciones se han transformado en lo que se conoce como hipermediaciones. Éstas son, según Scolari, “la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro de ese ecosistema mediático” (2008, p. 113). Este proceso hipermediático se basa en el hipertexto, pero tiene como cara visible las interfaces, el lugar donde se producen los intercambios entre sujetos y entre otros dispositivos (Malchiodi, 2017). Sin embargo, cabe tener en cuenta que las hipermediaciones no dejan a un lado a los medios tradicionales, a las mediaciones, “sólo miran los procesos comunicacionales desde una perspectiva diferente” (Scolari, 2008, p. 113).

De hecho, los medios tradicionales aún tienen un peso notorio en nuestra sociedad, por un lado, por unificar los diferentes discursos, evitando así la fragmentación cultural que producen las hipermediaciones y, por otro, por su capacidad para amplificar los mensajes.

“El poder de los medios populares reside en su capacidad para diversificar; el poder de los medios masivos en su capacidad de amplificar. Por eso deberíamos ocuparnos del flujo de ambos: la expansión del potencial de participación representa la mayor oportunidad para la diversidad cultural” (Jenkins, 2008, p. 254). El medio masivo que tiene un peso más notorio en la sociedad actual es la televisión.

La televisión es el medio de comunicación tradicional que más se ha extendido y mantenido en la actualidad. Como medio de comunicación de masas tiene la capacidad de unificar las diferentes voces y de dar un sentido a la realidad más o menos global y homogéneo. Tiene la función de hacer eco de los mensajes, haciendo las veces de altavoz y convirtiendo una simple opinión en una de relevancia local, nacional o incluso internacional. Además, la televisión puede servir de formación a los receptores, transmitiendo a algunos de ellos una información que no ven en otros medios y también da la posibilidad de aprender en profundidad sobre un tema a través de documentales y de otros programas formativos o de ampliar su capacidad la imaginativa por medio de programas de ficción (Villacañas Esteve, 2018).

Aun así, al igual que los demás medios, la televisión tradicional se ha visto obligada a reformarse “la televisión ha dejado de centrarse en sí misma para desplazarse hacia el televidente, ahora reconvertido en usuario. El éxito de los reality shows o la llegada de las tecnologías que facilitan la interacción con los contenidos audiovisuales son algunos de los síntomas de este cambio” (Scolari, 2009, p. 192).

La nueva televisión (o hipertelevisión) tiene una serie de rasgos definitorios: En primer lugar, surgen múltiples programas narrativos con narraciones más densas. Otro de sus rasgos es la fragmentación de la pantalla, simulando a veces la interfaz de un ordenador y el ritmo acelerado de las narraciones, muchas veces primando los giros rápidos e impactantes a la sutilidad y a la calidad de las tramas, en definitiva, dando más importancia al entretenimiento barato que a la calidad audiovisual. La intertextualidad es otro de los rasgos definitorios de la hipertelevisión, en las nuevas narraciones son comunes las referencias y los homenajes a otros contenidos. Además, es común una larga extensión narrativa, con muchas temporadas para aportar un mayor beneficio y la ruptura de la secuencialidad, con constantes flashbacks y flashforwards para dar más complejidad a las tramas (Scolari, 2008).



Es cada vez más utilizada la narrativa transmedia, es decir, el uso de diferentes soportes y medios para la narración, además existe cada vez una mayor dependencia de los programas televisivos de utilizar soportes como YouTube o Instagram para la promoción y extensión de su contenido.

“La aparición en el ecosistema mediático de nuevas especies como los videojuegos o la web están cambiando el entorno, obligando a las viejas especies (televisión, prensa, radio, etc.) a adaptarse para sobrevivir. Por otro lado, estamos asistiendo al nacimiento de especies bastardas, o sea medios híbridos que adoptan o simulan gramáticas y narrativas de otros medios.” (Scolari, 2009, p. 204).

En medio del ingente catálogo de contenidos de esta nueva televisión más interactiva surge *Black Mirror*, una serie que es consciente del nuevo paradigma comunicativo y del nuevo modelo social en el que vivimos. Pero no solo eso, también es consciente del lugar que ocupa en ellos y se aprovecha de las herramientas que le ofrecen, como por ejemplo de la interactividad para la creación de su película interactiva *Bandersnatch* y de la narrativa transmedia, ya que, desde que se encuentra en el catálogo de Netflix, la serie puede ser vista desde multitud de dispositivos. Hace uso de tales herramientas con el fin de lanzar una feroz crítica a la sociedad, lo que la ha convertido para muchos en una obra maestra.

## 5.2. BLACK MIRROR

“El ‘espejo negro’ del título es lo que usted encontrará en cada pared, en cada escritorio, en la palma de cada mano: la pantalla fría y brillante de un televisor, un monitor, un teléfono inteligente”

(Brooker, 2011).



BLACK MIRROR

## 5.2.1. El creador, Charlie Brooker

Charlie Brooker es el genio detrás de la serie *Black Mirror*. Nacido en la ciudad inglesa de Reading en el año 1971, este locutor, escritor y director se ha convertido en una de las personas más conocidas de Inglaterra y de todo el mundo.

Se labró el camino como escritor y dibujante de cómic hasta que empezó a estudiar Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Westminster, carrera que no consiguió terminar, según explica él, por presentar un Trabajo de Fin de Grado sobre videojuegos. “Sea real o adornada, la anécdota demuestra que no atiende a otros intereses que no sean los suyos propios” (Bunyol, 2014).

En los años posteriores, Brooker se labró su carrera creando contenido en internet y como columnista para The Guardian mientras se abría paso en televisión con programas como *How To Watch Television* o *Dead Set*, una serie de zombies localizada en un plató de un reality show similar a Gran Hermano. Entre el 2006 y el 2008 Charlie Brooker creó *Screenwipe*, un programa protagonizado por él mismo en el que hablaba sobre los diferentes programas de la televisión de Inglaterra con un tono satírico y crítico.

Todos esos programas tenían algo en común, una crítica a los medios de comunicación, a la tecnología y al efecto que estos tienen en nuestra sociedad. Todo esto mezclado con su característico tono sarcástico y descarnado junto a su indudable talento como escritor y director se unió en la creación de la serie que rompió con todas sus expectativas y que se ha convertido casi en una serie de culto, *Black Mirror*.

## 5.2.2. Información de la serie

*Black Mirror* es la obra maestra de Brooker, una serie británica de ciencia ficción y terror psicológico que narra los efectos que la tecnología y los medios de comunicación tienen en los individuos y en la sociedad. La serie fue lanzada en el 2011, está producida por Zeppotron y Endomol y está inspirada en series como *The Twilight Zone*, de la que se inspiró en su característica estructura de capítulos independientes sin relación entre ellos. Hasta el 2014 fue emitida en la cadena británica Channel 4, momento en el que fue adquirida por la plataforma de streaming Netflix.

Se enmarca dentro de varios géneros distintos, entre los que destacan la metatelevisión, es decir, un género que referencia a la propia televisión y a los medios de comunicación. Como explican Cigüela y Martínez pertenece al subgénero llamado narcisismo televisivo, por ser “un texto audiovisual capaz de desvelar visiones críticas que han sido teóricamente elaboradas tanto en el campo de la filosofía como de la sociología” (Cigüela y Martínez, 2014, p. 94) acerca de las nuevas tecnologías, los medios y la sociedad.

Además, también pertenece a las distopías/utopías, que, según Trousson en *Historia de la literatura utópica* se enmarcan en “un relato, (en el que) figure descrita una comunidad, organizada según ciertos principios políticos, económicos, morales, que restituyan la complejidad de la vida social, ya se presente como ideal que realizar o como previsión de un infierno y se sitúe en un espacio real o imaginario” (1995, p. 35). Por su visión de la sociedad y de la tecnología se aproxima a relatos como *1984* de George Orwell o *Un mundo feliz* de Aldous Huxley. Orwell presentó una sociedad totalitaria en la que la tecnología era una herramienta de control social, mientras que Huxley presentó una sociedad supeditada al crecimiento tecnológico (Benedí Esteban, 2013). Sin embargo, ¿a qué tipo de sociedad se asemejará la perspectiva de *Black Mirror*? Esta será una de las principales preguntas a resolver a lo largo del análisis.

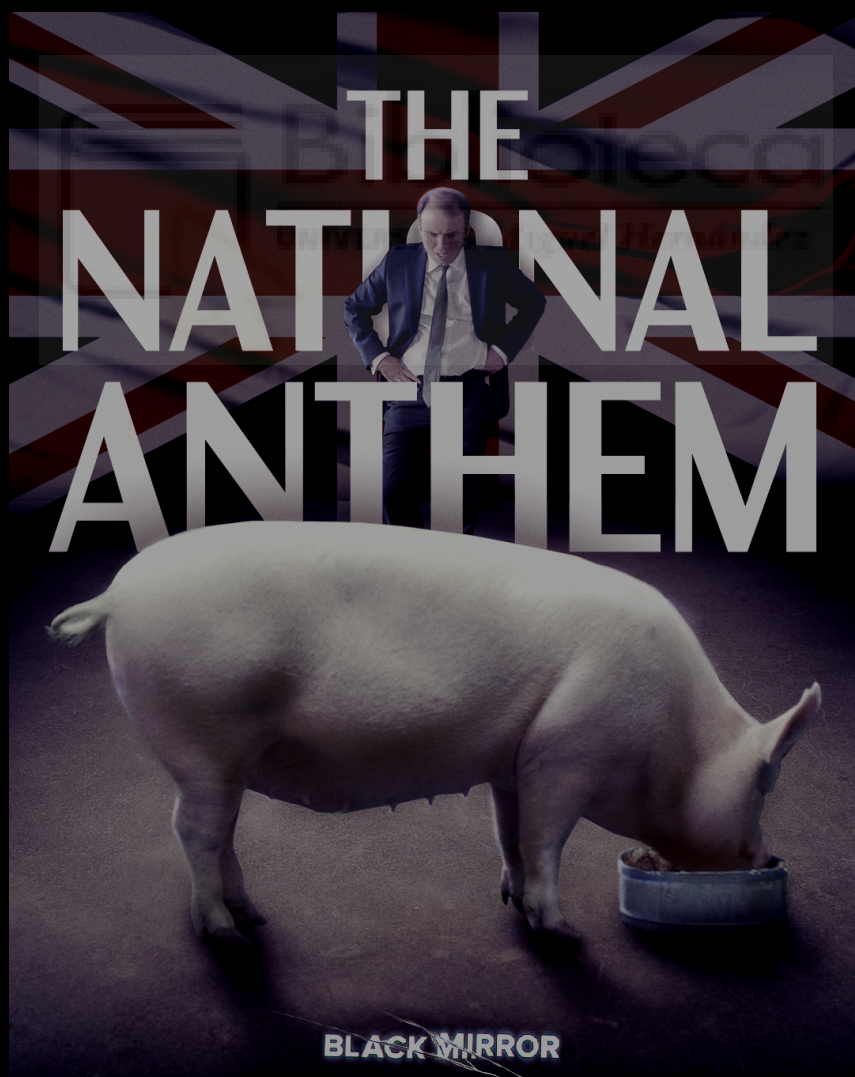
La serie cuenta con 5 temporadas y un total de 22 capítulos, además de un especial de navidad y una película interactiva. A pesar de su gran importancia, especialmente en Inglaterra, la mayoría de sus premios no llegaron hasta sus últimas temporadas. La serie ha ganado 25 premios hasta la fecha, entre los que destacan los 4 Emmy Awards del primer capítulo de la temporada 4 *USS Callister* y los dos de *San Junipero*, el cuarto de la tercera temporada, además de los dos que ganó su película interactiva *Bandersnatch*.

A pesar de que la serie recibió más premios en sus últimas temporadas, la mayoría de críticos y analistas coinciden en que los mejores capítulos de la serie pertenecen a las primeras, por su gran carga de contenido implícito y por los mensajes que transmite. Incluso entre estas primeras temporadas, la que contiene más mensajes y carga crítica es la primera. A partir de ésta la mayoría de capítulos de la segunda hasta la quinta temporada no hacen más que repetir gran parte de los temas que ya se habían tratado en su primera. Es por esto que analizar la primera temporada engloba analizar la visión y la mayoría de los mensajes del resto de la serie.

De sus tres brillantes capítulos, muchos consideran el primero, *The National Anthem*, (El Himno Nacional) como el mejor construido a nivel audiovisual, con un principio chocante que te absorbe de lleno en la trama.

## 5.3. Capítulo 1. El Himno Nacional (The National Anthem)

"Ya está sucediendo en sus cabezas"



Póster del primer capítulo / Fuente: Posterspy.

### 5.3.1. Ficha técnica

**Título original:** *Black Mirror: The National Anthem (TV)*

**Año:** 2011

**Duración:** 45 min.

**País:** Reino Unido

**Dirección:** Otto Bathurst

**Guion:** Charlie Brooker

**Música:** Stephen McKeon

**Fotografía:** Jake Polonsky

**Reparto:** Rory Kinnear, Lindsay Duncan, Lydia Wilson, Tom Goodman-Hill, Donald Sumpter, Allen Leech, Anna Wilson-Jones, Sophie Kennedy Clark, Jay Simpson

**Productora:** Zeppotron. Distribuida por Channel 4

**Género:** Thriller. Drama. Secuestros. Desapariciones. Sátira. Política. Internet. Informática. Televisión. Mediometrage.

(FILMAFFINITY)

### 5.3.2. La trama del capítulo

El primer capítulo de *Black Mirror* comienza con el Primer Ministro de Inglaterra Michael Callow siendo despertado de madrugada por un aparato electrónico, su teléfono móvil, para una reunión de carácter excepcional. En esta reunión sus compañeros de gobierno le informan del secuestro de la princesa Sussanah y le muestran un vídeo en el que el secuestrador pide un solo requisito para su rescate, que el propio ministro mantenga relaciones sexuales no simuladas con un cerdo, mientras las imágenes son emitidas en todo el país.

En este punto un gran sector de la ciudadanía ya se había enterado de esta información, porque el vídeo se había extendido por YouTube y por todas las redes sociales. Los miembros del gobierno intentan detener la mediación del mensaje instando a los medios de comunicación a no tratar esa noticia. Los medios, por su lado, debaten sobre la difusión o no difusión de tan grotesco acontecimiento, información que, por su lado, ya se había difundido en casi todas las plataformas por medio de internet, lo que les obliga a hacer oídos sordos a las demandas del gobierno. Es entonces cuando el ministro comienza a manejar otras opciones, en primer lugar el rescate de la princesa, pero también la posibilidad de no obedecer las órdenes del secuestrador, algo en lo que la opinión pública le apoyaría según los resultados de varias encuestas y sondeos.

Esta situación cambia bruscamente cuando una de las oficiales del Gobierno Alex Cairns pone en marcha por su cuenta un “plan B” tratando de falsear el vídeo, ya que el secuestrador es informado de esto y sube a las redes un nuevo vídeo en el que supuestamente corta el dedo de la princesa. La repercusión de este vídeo cambia por completo el sentido de la opinión pública, y esto, además del fallido intento de recuperar a la princesa, obliga al presidente a obedecer las órdenes del secuestrador y de todo el país.

Al tiempo que las terribles imágenes se emiten en todo el mundo y el grueso de la población se encuentra viéndolo en televisión, la princesa Sussanah es liberada, algo que en mitad de las vacías calles de Londres pasa totalmente desapercibido para la sociedad. Al final descubrimos que el propio secuestrador se había quitado la vida y la princesa había sido liberada antes de que las imágenes se emitieran. El secuestrador, reconocido meses después como uno de los mayores artistas del siglo XXI quería probar que toda la sociedad estaría pegada a sus pantallas en lugar de prestar atención a lo que estaba ocurriendo fuera.



### 5.3.3. El debate inicial de los medios tradicionales

Cuando el vídeo del secuestro de la princesa Sussanah se filtra por todas las redes sociales el Gobierno de Inglaterra intenta poner la única barrera que les queda, detener la mediación del mensaje instando a los medios de comunicación tradicionales a no comunicar esa información, algo que, como señala una de las periodistas “se hacía antes”, o, en otras palabras, cuando el flujo informativo era unidireccional, se podía hacer. Esto da lugar en el principio del capítulo a un breve debate en la sede de la cadena de televisión británica UKN sobre la difusión o no difusión de esa información.

En esta parte del capítulo como en otras son interesantes muchos temas que se plantean, en primer lugar la función verificadora de los medios masivos como la televisión, es decir, la capacidad que los medios aún poseen de dar veracidad a la información que la audiencia puede o no haber visto en internet. En esta función verificadora se escuda el Gobierno en un inicio y también se puede ver en una de las escenas, cuando un empleado del hospital le dice a sus compañeros que la noticia “debe ser un engaño” porque no se había emitido en la televisión.



Personal del hospital dialogando antes de que se emitieran las imágenes /  
Fuente: Netflix.

Esto se debe a que un gran sector de la población es incapaz de distinguir la verdad o de contrastar la información que ve en la web y confía en la labor de los periodistas a la hora de tratarla. Sin embargo, en los últimos años esta función ha sido puesta en tela de juicio por otra gran parte de la sociedad, porque a fin de cuentas el trabajo de los periodistas se tratan de meras interpretaciones de los datos (lo que forma parte del relativismo que caracteriza la sociedad postmoderna) y por la tergiversación de la información derivada de las malas prácticas periodísticas.

En esta tesitura comenzaba un debate en el despacho de redacción de UKN en el que la serie nos muestra una imagen del periodismo muy peculiar y cómo funciona el juego de intereses en una redacción, sobre estos intereses reflexionó Gerhard Maletzke en su modelo de comunicación. En él hablaba de las intenciones de los diferentes actores comunicativos (García Avilés, 2015).

1. Comunicador y medio: Esto implica que la intención de cada periodista es crear un contenido informativo acorde a las peculiaridades del medio en el que trabaje, a su línea editorial y a la ética del medio. Este punto, la ética, era uno de los ejes centrales de la discusión, principalmente defendido por Martins, el jefe de redacción de UKN, que argumentaba la inmoralidad de dar más difusión a un mensaje tan grotesco cumpliendo con ello las demandas del secuestrador.

2. Comunicador y receptor: Interviene la necesidad del comunicador de cumplir con las expectativas de la audiencia, que ésta empatice con el mensaje y le resulte útil. En este caso, las expectativas de la audiencia eran que los medios tradicionales informaran sobre el secuestro de la princesa y sobre el vídeo que circulaba por la red. En el momento en el que los medios tardaron en publicar esa información la reacción ciudadana fue la de pensar en el encubrimiento de la información.

3. Comunicador y mensaje: Aquí entran las intenciones propias de cada periodista y comunicador. Esto depende en parte de la intención del receptor, pero también de los intereses personales y en las características propias del comunicador y del mensaje. En este punto Maletzke diferencia entre las intenciones manifiestas y las intenciones latentes de cada comunicador.

Las manifiestas son las que el comunicador demuestra de cara al público, en la serie destaca la discusión entre los dos periodistas que tienen protagonismo en el capítulo. Por un lado el ya mencionado Martins, que defiende de forma manifiesta la ética de la redacción como el único motivo para no emitir esas imágenes y, por otro, la periodista Malaika, que, por su lado, se pone del lado de los lectores, los cuales, según dice, no paran de pedirle que se publique esa información.

En contraposición las intenciones latentes predominan sobre las manifiestas y son muchas veces las verdaderas intenciones, esto se ve muy claramente en la serie. Martins, bajo la falsa premisa de la ética, parece tener una estrecha relación con un miembro del gabinete de Gobierno, que literalmente le dice durante una llamada telefónica que “se lo debe” por haberle “salvado el culo muchas veces”. Esta relación entre el Gobierno y los medios masivos no es nada nuevo y está muy presente en la realidad. Los diferentes gobiernos y los medios son muchas veces codependientes y generan relaciones estrechas de apoyo y de beneficio mutuo. Un ejemplo de esta relación se ve en el libro *El Director* de David Jiménez (2019), donde vemos como los grandes medios españoles dependen de los grupos políticos para recibir antes la información que la competencia y así ganar un mayor porcentaje de ventas.

Malaika, por su parte, parece liderar todas las conductas antiéticas de la redacción, vendiendo literalmente su cuerpo a un miembro del Gobierno a cambio de información y colándose en una operación de rescate del ejército de forma totalmente irresponsable, lo que la lleva a recibir un disparo por accidente. Aunque no se dice de forma manifiesta en el capítulo, Malaika parece tener la intención latente de conseguir un beneficio personal, quizás por medio un ascenso o por medio de la fama y el reconocimiento.

Black Mirror nos presenta una visión de la figura del periodista totalmente ruin y corrupta en la que parece que todo fin justifica unos medios antiéticos y en la que además ese fin representa el beneficio personal del comunicador. Además, el trato informativo posterior es también bastante mejorable, aunque de eso hablaremos más tarde.

4. Mensaje y medio: Engloba las características técnicas de cada canal informativo, especialmente en cuanto a la forma, pero también en cuanto al contenido, algo que no se tiene muy en cuenta en la serie.

5. Receptor y mensaje: La intención del propio receptor hacia el mensaje, ya sea informarse, entretenerse o incluso divertirse, sea cual sea su necesidad la obligación del periodista es satisfacerla.

Finalmente, ninguno de esos intereses acaba en el capítulo dictando la sentencia cuando sale a la luz la opinión pública, que ya se había fraguado en internet desde que el vídeo

había sido subido. Esto por supuesto cambiaba totalmente la situación del medio y era absurdo bloquear la difusión de esa información, lo que no habría hecho más que aumentar el descontento de una audiencia que ya la conocía. Esto refleja la falta de control de los gobiernos para bloquear el paso de la información, una información que ha pasado de tener un flujo unidireccional a uno multidireccional y que se expande de forma irremediable por la red. En este panorama la mediación del mensaje es algo complementario y lo que prima es la desintermediación y el flujo libre de datos, lo que da mucha capacidad de libertad pero difundir los bulos, la desinformación y da constancia de la ruptura del modelo comunicativo clásico de los medios de comunicación de masas a favor de un nuevo modelo digital e hipermediático.



### 5.3.4. Las redes sociales como reflejo de la opinión pública

Una vez el vídeo de la princesa es transmitido, el Primer Ministro Michael Callow queda rendido a la posibilidad de rescatar a la princesa antes de la hora acordada y, en el caso de que eso no suceda, sus acciones quedan a merced de la opinión pública. En ese punto las diferentes encuestas y sondeos de los medios de comunicación mostraban una opinión pública contraria a que se satisficieran las demandas del secuestrador.

Pero para continuar desarrollando la importancia de las redes sociales en este proceso es importante recordar cuál es el significado de opinión pública. Este término es muy amplio e indeterminado, pero podemos basarnos en la definición de Noelle-Neumann y de Habermas para su conceptualización. Noelle-Neuman considera desde una perspectiva psicosocial que la opinión pública es un grupo de opiniones, pertenecientes al terreno de la controversia, que uno puede expresar en público sin miedo de sentirse aislado de los demás (1995). Habermas, por su lado, considera dos posibilidades en la opinión pública, por un lado una instancia crítica, que contempla a los ciudadanos con capacidad de tener un diálogo abierto y racional con sus representantes y, por otro, una instancia receptiva que contempla una ciudadanía aislada, particularizada y sometida a la manipulación de sus gobernantes (1999).

Independientemente de las distintas perspectivas de los autores, podemos determinar que la opinión pública es la manifestación de la voluntad de la ciudadanía y tiene un gran poder, como el de dictar la agenda política de los distintos partidos y del gobierno, además de alterar sus posiciones a la hora de tomar decisiones. Volviendo a los postulados de Habermas, en la actualidad las redes sociales e internet parecen haber superado la instancia receptiva en pos de una mayor instancia crítica (1999). Esto es porque las redes dan muchas posibilidades de interacción entre la ciudadanía y sus representantes, algo que dificulta el control del gobierno de la información (como ya hemos visto) y dificulta la manipulación, cada vez más sutil y disfrazada.

En un escenario tan interactivo y abierto a la participación, algo que McLuhan habría categorizado como un medio frío, la cortina de usuarios forman tanto en el capítulo como en la realidad una fuerza de presión sobre las decisiones públicas. Las masas han pasado de las manifestaciones multitudinarias a mostrar su opinión conjunta o individual a través de las redes, formando por medio de comentarios o encuestas, una especie de referéndum virtual dentro de la extensa red mundial de internet. Como explicaba Manuel Castells en su libro *La Galaxia Internet*, a través de internet, aumenta la participación ciudadana ligada al ámbito social, político, cultural y mediático, posibilitando revitalizar la esfera pública, organizada en redes, que vuelca su activismo en determinadas causas (2001).

La serie parece plantear a internet y a las hipermediaciones como a un ente pensante, una red interconectada en la que una acción de cualquiera de sus miembros puede modelar las del resto de apéndices y estos, a su vez, pueden cambiar la realidad misma, de forma similar a la Sociedad Red planteada por Castells (1998). Las redes sociales son nuestro reflejo como sociedad, el reflejo de nuestro pensamiento, donde las ideas predominantes ganan peso y las demás se pierden bajo la avalancha de información innecesaria, donde se forma y es palpable la opinión pública.

Al fin y al cabo es la opinión pública manifestada a través de los sondeos y formada a través de las redes sociales lo que determina la decisión final del Primer Ministro Michael Callow de obedecer a las exigencias del secuestrador cuando la opinión pública cambia de parecer. Este cambio, paradójicamente, también ocurre a través del uso de las redes sociales, lo que deja de manifiesto el verdadero poder de estas redes, un poder que es utilizado muchas veces como un arma.

### 5.3.5. Las redes sociales como arma

Las redes sociales pueden ser utilizadas muchas veces como un arma. Tal y como hemos visto en el capítulo, las redes e internet tienen un poder de difusión de la información que supera de forma desmedida a las posibilidades que ofrecen los medios masivos. Por medio de las hipermediaciones, los mensajes fluyen a través de las redes sociales utilizando como vehículo el hipertexto y tienen libertad de circulación a través de la web, estando en múltiples lugares al mismo tiempo. Esto abre la puerta a infinitas posibilidades que pueden ser utilizadas con fines positivos o con fines no tan positivos.

En el capítulo podemos ver el poder de difusión de las redes sociales desde el primer momento, cuando el vídeo de la princesa Sussanah es distribuido por toda la red y después, cuando se distribuye un segundo vídeo en el que se muestra supuestamente como el secuestrador corta el dedo de la princesa. Este poder de difusión abruma desde el primer momento al Primer Ministro y que se refleja en las palabras de su subordinado: “Esto es todo nuevo, Primer Ministro, no hay jugadas a seguir”.



Equipo de Gobierno decidiendo su estrategia a seguir / Fuente: Netflix.

En la serie casi todos los personajes dan el mismo peso a la información que se difunde a través de las redes sociales y a la que se da en los medios tradicionales. De hecho, las noticias mostradas en la cadena de televisión UKN remiten a lo que se dice en las redes sociales, lo que da sentido a una de las frases más conocidas de Marshall McLuhan: “El contenido de todo medio es otro medio” (1996). Esto deja patente la hipermediación y el apogeo de las redes como alternativa a los medios masivos en el universo de *Black Mirror* y quizás, también, en el nuestro (Echauri-Soto, 2016).

El auge de las nuevas plataformas como YouTube y otras redes sociales ha recibido el nombre de Web 2.0, en la que los usuarios ya no se limitan a ver el contenido, ahora pueden editarlo, copiarlo e incluso reescribirlo. El usuario pasa a tener el poder de involucrarse en temas de actualidad y ejercer presión al Gobierno y a la sociedad. Según Pisani y Piolet (2009) este nuevo tipo de usuario recibiría el nombre de webactor, uno de esos usuarios que “proponen servicios, intercambian información, hacen comentarios, se implican, participan. Ellos generan la mayor parte del contenido de la web. Estos internautas en plena mutación ya no se contentan con navegar, con surfear. Actúan” (p.14). Al otro lado estarían los internautas, simples consumidores pasivos de la información que, sin embargo, también tendrían un poder importante en la sociedad red porque ejercen su presión en pequeña escala a través de los “me gustas” o de compartir la información (Malchiodi, 2017).

Como explica el filósofo Byung-Chul Han estos sujetos pasivos, a través de acciones pequeñas, ayudan a la viralización y difusión de cualquier información haciendo fluctuar la opinión pública. Esto en la serie lleva a un acto retorcido e inmoral en el que la culpabilidad parece disolverse entre la multitud de “me gustas” anónimos y solo manifestarse en las acciones del secuestrador. Esto sucede debido a la cáscara de aparente libertad y no de control o represión (Han, 2015).

En este paradigma surge además un nuevo tipo de webactor que determina el éxito en la propagación de un mensaje para bien o para mal. Si bien muchos usuarios se apoyan en la figura de expertos para tratar y filtrar la ingente cantidad de información que aborda internet, la mayoría se apoya en personajes relevantes y con cierta influencia. Esto es a lo que Paul Lazarsfeld se refirió en su Teoría de la comunicación en dos pasos (Two-steps flow of communication) que trata sobre cómo estos sujetos calificados por Lazarsfeld



como líderes de opinión conforman una “segunda etapa” entre mensaje y la audiencia, como una nueva mediación de ese mensaje. De este modo los líderes de opinión o influencers ofrecen su punto de vista y su forma de ver la realidad que logran empatizar con muchos otros usuarios (García Avilés, 2015).

La información se mueve transformando las bases de la opinión pública, reflejada en la mente colectiva de la red, hasta conseguir cambiar la agenda política, esta estrategia recibe de De Ugarte el nombre de ciberactivismo y es muy común hoy en día para todo tipo de fines (2012). Dos ejemplos de cómo las redes sociales y el ciberactivismo han transformado el tejido de nuestra sociedad son las revoluciones de la Primavera Árabe y el 15-M, aunque hay miles de ejemplos.

Además del ciberactivismo, la serie plantea otras formas de poder que se pueden ejercer desde el anonimato de las redes, la posibilidad de hacer daño de forma directa mediante los insultos, las amenazas, las burlas y la toxicidad. *The National Anthem* nos presenta una sociedad peligrosamente parecida a la nuestra, con una masa de usuarios que se decantan por el morbo y por el sensacionalismo. A esto se suma que muchos usuarios también contribuyen al caos transmitiendo información falsa como medio de lucro o con otros fines, creando un panorama en el que la información real se funde con la falsa.

Esto se ha visto en la realidad en muchas ocasiones, como con el asesinato de Soleimani obra de Estados Unidos en enero del 2020 en el que el aumento de la tensión internacional no hizo sino crecer de forma exponencial los bulos y el sensacionalismo o incluso en la propia crisis del COVID-19 que estamos viviendo en este 2020.

Además de por todo lo mencionado, las redes sociales tienen muchas otras opciones de ser utilizadas con fines negativos, como por ejemplo para el control social y también para herir a otras personas mediante el ciberacoso u otras prácticas, aunque estas otras opciones se verán en profundidad en los siguientes capítulos de la serie.

### 5.3.6. La adaptación de los medios tradicionales a la sociedad actual

Como explica José Luis Orihuela en el nuevo paradigma de la Sociedad Red se ha pasado de la mediación a la desintermediación de los mensajes y de la unidireccionalidad de la información a la multidireccionalidad (Orihuela, 2002). En esta situación tanto los individuos como las organizaciones ya no sufren una dependencia hacia los medios tradicionales y son capaces de consumir y de producir contenido libremente en internet. Además, los nuevos medios rompen con el estatismo de los medios convencionales y abren las puertas a la interactividad, al cambio y al dinamismo. Esto, sin embargo, no hace peligrar la existencia de los medios tradicionales: “Los viejos medios no están siendo desplazados. Antes bien, sus funciones y status varían con la introducción de nuevas tecnologías” (Jenkins, 2008, p. 24).

En el nuevo paradigma los medios tradicionales adquieren la función de dar coherencia a la avalancha de información inconexa que existe en la red, unificarla y así tratar de darle sentido a la realidad. También tienen una cierta función verificadora que aún conservan, si bien antes servían para acallar rumores o darles sentido, ahora cumplen la función de confirmar o contrastar las noticias que son divulgadas por la red. Pero todos estos cambios no vienen solos, cada medio ha tenido y sigue teniendo la necesidad de adaptarse para sobrevivir.

El primero de estos cambios y el más evidente es el paso a las nuevas plataformas y a internet. De hecho, son pocos los medios de renombre que no tienen su propia página web y sus diferentes cuentas en redes sociales como Facebook, Twitter o incluso en YouTube.

En el nuevo ecosistema de internet los medios tradicionales tienen que coexistir con los nuevos medios nativos y con todo tipo de usuarios, por lo que han tenido que adaptar su forma de relacionarse, tanto con los medios, como con las audiencias y con los productores, por medio de la interactividad y la colaboración. Pero no solo eso, también han tenido que adquirir una capacidad de adaptación inmediata y de actuar conforme el contexto y la audiencia lo permitan, porque, como explica Jenkins, en esta época el poder

de los grandes productores de contenidos de los consumidores interactúan de formas difíciles de predecir (2008).

Esto también ha hecho que el modelo de negocio base del periodismo fundamentado en la publicidad se acabe frenando, obligando a las empresas a buscar otras formas de rentabilidad o bien a entablar una encarnizada carrera por la audiencia. En lo que respecta a los nuevos modelos de negocio aún se encuentran en una etapa de definición, pero algunos han encontrado su lugar de forma independiente de la publicidad mediante estrategias como las donaciones de los socios o las suscripciones (García Avilés, 2015). Algunos ejemplos de estos modelos de negocio son Maldita o Eldiario.es.

La nueva situación de los medios de comunicación masivos no dejan tampoco en un buen lugar a los periodistas, sobre ellos caen grandes amenazas, como la disminución de sueldos y del número de contratos, ahora cada vez más precarios, el avance de las empresas de entretenimientos que hacen disminuir la calidad informativa. Ahora surge una mentalidad más comercial que periodística y se estrecha la relación entre periodistas y órganos de poder, ahora más codependientes que nunca, lo que empobrece la calidad del discurso periodístico y debilita su posición social y profesional (García Avilés, 2015).

En estas circunstancias el periodista se ha visto obligado a ser “todoterreno”, es decir, a controlar todo tipo de contenidos e informaciones, además de deber expresarse en cualquier plataforma y de tener conocimientos de márketing, de publicidad y de redes sociales. Esto lleva muchas veces a que el periodista tenga una idea ligera de todo, pero una idea concreta de nada. Por esto está surgiendo en muchas empresas informativas un nuevo perfil de periodista, el de un periodista con alto grado de especialización, que es experto en un tema concreto (García Avilés, 2015).

Con estos cambios también llegan nuevas formas de narrar las noticias. Abriéndose a las facilidades y a las herramientas de internet los medios tradicionales tienen más posible que nunca la reinvención, acogiendo nuevas narrativas. En la mayoría de casos éstas pasan por la visualización de datos interactivos, el uso de imagen, vídeo y texto en sus páginas e incluso otros formatos nuevos como la gamificación, es decir, enseñar y comunicar mediante un formato cercano al del videojuego.

Los cambios no solo ocurren en las páginas web, sino también en los propios medios, en la televisión, en la radio y en menor medida en la prensa. “Las estrategias de comunicación viran hacia estructuras narrativas breves y con mayor impacto, con más color, fotografías e infografías y acortan el texto. Los informativos tienen mayor número de noticias, más cortas, con planos más espectaculares y mayor ritmo de edición.” (García Avilés, 2015, p.118). Sin embargo, en muchas ocasiones esto conduce a una peor calidad informativa, con noticias sin suficiente contexto y con historias fragmentadas, además de dos de los peores caminos que han tomado los medios tradicionales en su lucha por la audiencia, el infoentretenimiento y el sensacionalismo.

En lo que respecta al infoentretenimiento, se trata de la producción de contenidos de entretenimiento enmascarados de información, que no son más que acontecimientos triviales, o bien sucesos que no generan un verdadero conocimiento útil para la ciudadanía y cuyo fin último es atender a intereses comerciales y atraer al mayor número de audiencia posible (García Avilés, 2015).

Del sensacionalismo tenemos varias referencias en el capítulo. Desde el momento en el que se accede a informar del vídeo y de las exigencias del secuestrador la cadena UKN no deja de aumentar la expectación de la audiencia por medio de titulares y mensajes que llaman al morbo más que a la propia información. Como cuando la cadena anuncia que “es el primer aniversario de su humillante experiencia”. Por no decir que más tarde reproducen en antena el vídeo en el que supuestamente el secuestrador corta el dedo de la princesa, con diferencia la acción menos ética que realiza la cadena de televisión durante el capítulo.



Periodista de UKN cubriendo el aniversario del secuestro /  
Fuente: Netflix.

Ejemplos de sensacionalismo en la vida real hay cientos y pueden verse en todo tipo de canales, uno de los más llamativos podría ser el caso de Gabriel Cruz (también llamado Operación Nemo, el caso del asesinato de un niño el 27 de febrero de 2018 que cobró la

atención de gran parte de la sociedad española). Este caso fue tratado en muchos medios de forma sensacionalista y banal, dando muchos de ellos una cobertura que parecía rozar el entretenimiento.

Más tarde, durante el capítulo los periodistas presentan la violación acordada como si fuera un programa de entretenimiento barato, haciendo crecer aún más la expectación, con lo que acabamos viendo a la gente quedando en bares y zonas de ocio para verlo como si se tratara de un partido de fútbol, además de desde sus casas y en sus móviles, presa de su propio morbo y del que le han infundido desde los medios. Como resultado se ven todas las calles vacías, lo que deja de manifiesto, el terrorífico poder de absorción de la tecnología.



### 5.3.7. El poder de absorción de la tecnología

Una vez acabada la emisión Alex Cairns es informada de que el secuestrador había liberado a la princesa antes de que se emitiera la violación, entonces ella dice algo muy enigmático: “Así que de esto iba todo, de probar algo”. Pero, ¿a qué se refería?



Alex Cairns hablando por teléfono / Fuente: Netflix.

A lo largo del capítulo podemos ver el proceso en el que el vídeo va ganando más interés entre la ciudadanía. En primera instancia podemos ver el poder de difusión de internet y de las redes sociales, para más tarde ver cómo las personas son incapaces de escapar de esa información. La sociedad está rodeada de pantallas, la televisión dentro de casa, los teléfonos móviles, los ordenadores con los que millones de personas trabajan cada día... La sociedad es incapaz de disuadirse de esa información.

Ésta, además, era una información de interés para la ciudadanía, ya que involucraba directamente a dos personajes muy conocidos en el ámbito mediático, la princesa Sussanah y el Primer Ministro Michael Callow. A esto se le suma el morbo intrínseco que contiene la noticia y el requerimiento del secuestrador (algo con lo que el propio guionista del capítulo también consigue captar nuestra atención desde el primer instante). Este morbo, acrecentado por el sensacionalismo de los medios tradicionales, así como la

constante expectación que generan, hizo que gran parte de la sociedad inglesa estuviera más pendiente de lo que sucediera en la pantalla que de lo que ocurriera a su alrededor.

Sin embargo, este acontecimiento no llama hasta tal punto la atención de algunos de los personajes del capítulo, que, finalmente, por no sentirse desplazados y seguir la tendencia de la sociedad acaban viéndolo con el resto, algo a lo que Elisabeth Noelle-Neumann se refirió como “La espiral del silencio”. En su libro *La espiral del silencio: nuestra piel social* explicó la tendencia de los ciudadanos con opiniones diferentes a las del resto a adaptarse y a silenciar estas opiniones discordantes:

“El temor al aislamiento (no solo el temor que tiene el individuo de que lo aparte sino también la duda sobre su propia capacidad de juicio) forma parte integrante (...) de todos los procesos de opinión pública. Aquí reside el punto vulnerable del individuo; en esto los grupos sociales pueden castigarlo por no haber sabido adaptarse. Hay un vínculo estrecho entre los conceptos de opinión pública, sanción y castigo” (1995).

El final del proceso ya lo hemos visto, toda la sociedad acaba pegada al televisor sin ser conscientes de que la princesa había sido soltada antes de que comenzara la emisión, con lo que podemos responder a la enigmática pregunta de Alex Cairns. Al final, la intención del secuestrador era demostrar la sumisión de una nación absorbida por una pantalla. El poder de absorción de la tecnología acaba siendo tan grande en el episodio que la realidad de las calles de Londres acaba teniendo menos peso que lo que estaba sucediendo en los televisores y en los ordenadores.

De algo similar habló Byung-Chul Han en su libro *Psicopolítica*. Este filósofo habla de cómo un poder camuflado en nuestra sociedad toma estrategias de control hacia nosotros a través de varios medios entre los que se encontraría la tecnología. Este control se establecería de forma maquillada, dando a los individuos una falsa sensación de libertad individual y colectiva, incitándonos a comunicarnos y a consumir, apoyando así, sin ser conscientes, a nuestra propia sumisión (2014). Sin embargo, la teoría de la dictadura maquillada que sostienen Byung-Chul Han y otros autores está mucho mejor reflejada en el que considero el mejor capítulo de la serie, el segundo de su primera temporada, *15 Million Merits*.



## 5.4. Capítulo 2. 15 millones de méritos (15 Million Merits)

"Cuando miro alrededor solo quiero que suceda algo real"



Póster del segundo capítulo / Fuente: Posterspy.



### 5.4.1. Ficha técnica

**Título original:** *Black Mirror: Fifteen Million Merits (TV)*

**Año:** 2011

**Duración:** 59 min.

**País:** Reino Unido

**Dirección:** Euros Lyn

**Guion:** Charlie Brooker

**Música:** Stephen McKeon

**Fotografía:** Damian Bromley

**Reparto:** Daniel Kaluuya, Jessica Brown Findlay, Rupert Everett, Paul Popplewell, Julia Davis, Ashley Thomas, Isabella Laughland, David Fynn, Kerrie Hayes, Laura Power.

**Productora:** Zeppotron. Distribuida por Channel 4

**Género:** Ciencia ficción. Thriller. Drama. Televisión. Sátira. Thriller futurista. Mediometrage.

(FILMAFFINITY)

### 5.4.2. La trama del capítulo

Lo primero que escucha Bing Matsen al despertar son las gigantescas pantallas que forman su habitación, le muestran publicidad y a su avatar, acompañado de su dinero (o sus méritos). Vemos un día cualquiera en la vida de Bing, en el que la única labor de su monótona vida es pedalear en una bicicleta mientras consume videojuegos y contenido basura en una pantalla junto con otras muchas personas para ganar más méritos. Entre todos esos programas de entretenimiento basura hay uno que sobresale, un talent show llamado Hot Shot. Los méritos les sirven para contratar nuevos programas, juegos, ropa

para su avatar o comida y para ganar un pase para participar en Hot Shot por un coste de 15 millones de méritos.

La vida de Bing parece cambiar cuando escucha cantar a Abi y le parece lo único real que había visto en mucho tiempo. Por esto, decide darle a Abi todos sus méritos para que participara en Hot Shot. Ella participa y deja maravillada a la audiencia con su actuación, pero el presentador le ofrece ser parte de un programa pornográfico, sin darle otra alternativa más que volver a la bicicleta, a lo que ella acaba aceptando.

Esto enfurece a Bing, que acaba rompiendo la pantalla de su habitación en un ataque de furia y guarda un fragmento de cristal. Pedalea sin descanso durante meses hasta conseguir los 15 millones de méritos y participar él mismo en el programa. Una vez allí amenaza con suicidarse cortándose la garganta con ese trozo de pantalla y obliga a los presentadores a escuchar su discurso, en el que habla acerca de la ausencia de lo real, de la mercantilización de la vida y de los productos de venta inútiles.

Los presentadores, asombrados por la pasión de su discurso, le ofrecen un programa en el que volver a hablar y a dar su opinión. Bing acepta y acaba viviendo en una habitación más grande, con una pantalla de fondo que simula un bosque, siendo una herramienta más de disuasión del sistema. Acaba viviendo en una pesadilla diferente, pero que no deja de ser una pesadilla.

### 5.4.3. La digitalización y la ausencia de lo real

En este capítulo entramos de forma mucho más clara en la ciencia ficción distópica, en la que cada individuo se encuentra aislado en una habitación cohabitando exclusivamente con la tecnología. A la hora de trabajar podemos ver individuos que, pese a encontrarse juntos, no interactúan más que con la tecnología, sus relaciones sociales prácticamente nulas. Es solo a través de las pantallas, de los juegos y de los programas que los individuos pueden desarrollarse, expresarse e incluso interactuar con otros, aunque de forma limitada.

*15 Million Merits* nos presenta una sociedad que no es más que un reflejo exagerado y distorsionado de la nuestra. La sociedad del capítulo es estatista, individualizada, superficial, en la que todo está enfocado al trabajo y al rendimiento y en la que es imposible huir de la tecnología o del sistema. En esta sociedad el ser humano parece estar al margen y cobra importancia su imagen digital, este es un fenómeno que recibe el nombre de digitalización. Una digitalización que ya ha afectado en la realidad a todos los sectores de la sociedad, a la economía, a los productos y que también ha afectado a las personas.

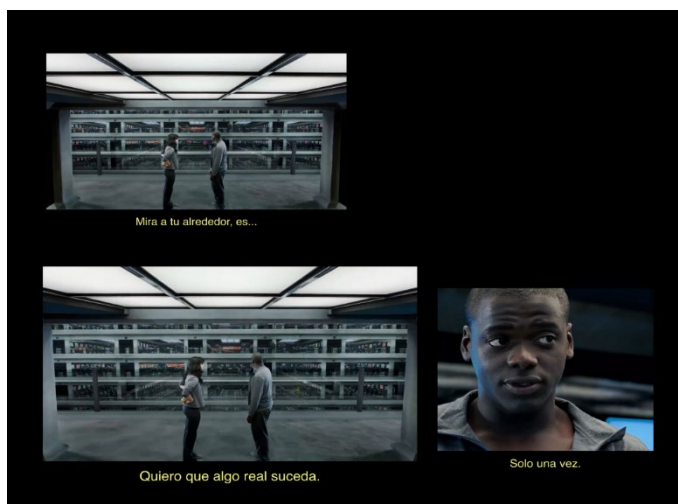
Como explica Lévy, la digitalización o virtualización “no afecta sólo a la información y a la comunicación, sino también a los cuerpos, al funcionamiento económico, a los marcos afectivos de la sensibilidad o al ejercicio de la inteligencia. La virtualización alcanza incluso a las formas de estar juntos, a la formación del ‘nosotros’: comunidades virtuales, empresas virtuales, democracia virtual, etc.” (1999, p. 7).

La antropóloga María Paula Sibilia en su libro *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales* sostiene que “las tecnologías de la virtualidad suelen ser alabadas por su capacidad de potenciar y multiplicar las posibilidades humanas” (2006, p. 62) por trascender cualquier distancia y dejar atrás la presencia física, dando lugar a la presencia virtual.

Esta presencia virtual, la forma en la que los individuos interactúan entre sí y con la red les hace reconfigurarse, les da la posibilidad de tener una identidad diferente a la de su cuerpo físico. “El protagonista de los intercambios comunicacionales es ese otro cuerpo nuevo, virtualizado, capaz de extrapolar sus antiguos confinamientos espaciales: ese organismo conectado y extendido por las redes teleinformáticas.” (Sibilia, 2006, p. 64).

En la sociedad de *15 Million Merits* esto va mucho más allá, porque las interacciones físicas y sociales son escasas o nulas. Incluso las interacciones digitales con otros usuarios están muy limitadas, son pocas las formas de comunicarse con otras personas y las únicas que se nos presentan realmente en el capítulo son por medio de la participación directa en los programas de entretenimiento o por medio de otro medio de expresión, la ropa y la apariencia de tu avatar.

En el capítulo podemos ver que todos los trabajadores están vestidos con las mismas ropas grises, mientras que sus avatares se expresan con ropas de distintos colores y diferentes apariencias. Es más, a lo largo del capítulo podemos ver que dependiendo de la apariencia del personaje el propio avatar interactuaba y se expresaba de diferente manera. A este tipo de tecnología es a lo que Michael Foucault denominó “tecnologías del yo”, es decir aparatos tecnológicos que sirven para formarse a uno mismo, aunque de forma irreal (Cossialls, 2016). Precisamente es esta virtualización y esta ausencia de interacciones o de vida real fuera de las pantallas es lo que más molesta al protagonista a lo largo del capítulo y lo que le lleva a darle todos sus méritos a Avi cuando la escucha cantar: “Tienes algo real, ¿Qué mejor forma de gastarlos? Mira a tu alrededor, es... Quiero que algo real suceda. Solo una vez”.



Bing convenciendo a Avi para participar en Hot Shot / Fuente: Netflix.

A fin de cuentas, es esa necesidad de expresarse y de comunicarse con los otros a través de las pantallas lo que les lleva a seguir gastando y contribuyendo a la producción. A esto se refirió Michael Foucault al hablar de la interrelación de las “tecnologías del yo” y de las “tecnologías del poder” (Sibilia, 2006). Estas “tecnologías del yo” y la necesidad de entretenimiento consumiendo telebasura (tecnologías del poder) es lo que les empuja a seguir trabajando, una forma de mercantilizar la vida y de continuar la producción.



#### 5.4.4. La sociedad de 15 Million Merits, otra dictadura maquillada

Toda la sociedad y la estructura social del capítulo, junto con la venta y el consumo desmesurado de contenido virtual, están dirigidas a un único propósito, la productividad. Todos y cada uno de los apéndices de la rueda orientan la conducta de la ciudadanía para favorecer el consumo y el trabajo, es decir, para pedalear en las bicicletas estáticas y producir electricidad. En esta sociedad el tiempo se convierte en una mercancía, sin espacio para el desarrollo de la persona. El espacio vital de las personas es reducido a su sumisión a las pantallas y ellos como individuos tienen como característica propia su cifra de méritos.

A este tipo de sociedad es a lo que Michael Foucault se refirió como sociedades disciplinarias, marcadas por la adecuación a las normas y porque se tiende a masificar y a individualizar a las personas. Como pudimos ver en el capítulo, la nula interacción social real y la escasa interacción real los reduce al antiguo concepto de masa (Sibilia, 2006).

Frente a este tipo de sociedades encontramos las sociedades de control, entre las que podríamos identificar a la nuestra. Se tratan de sociedades afectadas por la globalización del capitalismo en las que “los dispositivos digitales no cesan de surgir y se infiltran en los viejos aparatos de normalización y en las instituciones disciplinarias de una sociedad moderna, para derribar sus muros, desestabilizar su orden e inaugurar una nueva lógica del poder” (Sibilia, 2006, p. 26). En este tipo de sociedades la masa y el individuo mutan en favor del consumidor, que forma parte de segmentos de la sociedad, nichos de mercado, una masa a nivel reducido. Los nuevos consumidores están regidos por la rentabilidad y el poder de las empresas en todas las capas de la sociedad, toda su vida está empujada al consumo. Esto se ve de forma clara en el speech de Bing al final del capítulo: “Así es como nos comunicamos, como nos expresamos, comprando mierda y ni siquiera está ahí. Compramos mierda que ni siquiera está”.



Speech de Bing al final del capítulo / Fuente: Netflix.

Pese a que la estructura social de *13 Million Merits* es más similar a las sociedades disciplinarias que a las de control, tiene en común con estas que el objetivo final es la rentabilidad, la producción y el trabajo, una lógica totalmente empresarial. Este punto es uno de los que la hace terroríficamente similar a la nuestra, pero no es el único.

Byung-Chul Han se refiere a nuestra sociedad como una forma de sometimiento en la que los individuos vivimos en una ilusión de libertad. Según el filósofo aquello que somete nuestra sociedad utiliza como herramientas la tecnología y la positividad como forma de disuasión y alienta al consumo, a la transparencia y a la comunicación. Se trata de una nueva forma de totalitarismo, igual que el Big Brother de *1984* de Orwell, pero sin coacción, una sociedad que no se siente vigilada y por lo tanto, es más fácil de manipular (2014). Esta manipulación, según el filósofo Bernard Stiegler, se produciría a través de los medios y del entretenimiento, que reduciría a la audiencia a una nueva masa, más fácil de manipular de forma que la sociedad de control propuesta por Foucault pasaría a un nuevo tipo de sociedad disciplinaria (Cossialls, 2016).

En la serie se resalta esa capacidad de control y de orientación de la conducta de los diferentes canales y medios de entretenimiento que aparecen:

-Videojuegos interactivos de diferentes tipos, aunque con algunos aspectos en común. Ninguno de esos juegos parece incluir dinámicas multijugador en las que poder relacionarte con otros usuarios ni tampoco incluye ningún tipo de narrativa que estimule la mente. Todos los juegos que se muestran se fundamentan en acciones repetitivas que llevan a captar tu atención y a alejarla de otros temas.

Manovich ya habló de esto en su libro *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, de la forma en la que la interactividad nos guía y limita nuestra necesidad de raciocinio, llevándonos a realizar acciones sistemáticas y repetitivas sin necesidad de pensar. En los nuevos medios interactivos todo está programado (2006).

-Programas de humor absurdo que cumplen exactamente el mismo cometido que los videojuegos, el de distraer a la audiencia y darle un incentivo para que siga pedaleando. En estos se incluyen vejaciones y humillaciones al estrato bajo de la sociedad, los barrenderos (o “lemons”) de los cuales hablaremos más adelante.

-El programa erótico de Wraith que atrae a los instintos más básicos del ser humano, se trata de un programa dirigido a hombres (o a mujeres homosexuales y bisexuales) que muestra una imagen pormenorizada y cosificada de las mujeres, cuyo cometido final es el mismo, la distracción.

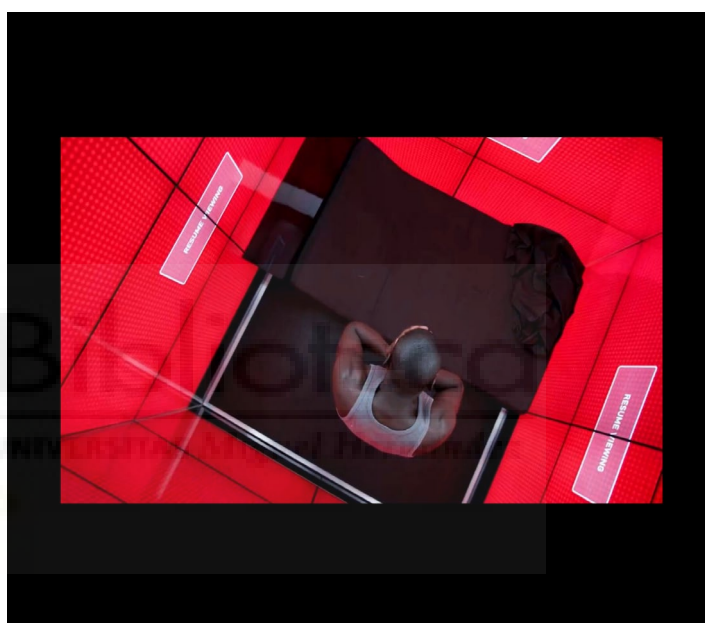
-El talent show Hot Shot es el programa más importante de los que se muestra en la parrilla del capítulo, cuyo cometido, además del mero entretenimiento, es vital dentro de la sociedad de *15 Million Merits*. En este programa, aquellos afortunados que puedan pagar la desorbitada cantidad de 15 millones de méritos podrán participar y mostrar su talento al más puro estilo “Tú sí que vales”. La importancia de este programa es tal que hablaremos de él ampliamente en el próximo apartado.

-Acompañando a todos estos programas hay una publicidad abusiva, absurda y exhaustiva de otros programas que muchas veces ocupa las pantallas y que para quitarla hay que gastar méritos. Es una forma de sobrecargar al individuo de información, el fenómeno que hoy en día llamamos infoxicación y que acaba por distraer al individuo, anulándolo y de nuevo desviándolo de otros temas, volviéndolo dócil y estimulándolo a seguir consumiendo.



Cabe destacar que en toda la parrilla del capítulo no encontramos ni un solo programa informativo o formativo. Aquellos que mueven los hilos no están interesados en que los individuos estén formados o sean críticos, algo que podría pasar desapercibido, es en realidad una señal de la verdadera importancia que tiene el periodismo y la comunicación en nuestra sociedad.

Un punto interesante del capítulo es la imposibilidad manifiesta de escapar de estos programas de entretenimiento absurdo. Para cambiar de canal hay que pagar méritos, igual que para anular la publicidad, pero no hay ni un botón de apagado, es más, en un punto del capítulo Bing deja de mirar a la pantalla, ésta detecta que él no está mirando y le obliga a seguir haciéndolo, con un sonido molesto y una voz que dice de forma repetida: “Resume viewing, resume viewing...” Otra similitud más con la vigilancia constante y con la imposibilidad de escape que nos planteaba Orwell en *1984*.



Pantallas de la habitación de Bing obligándolo a seguir viendo el contenido / Fuente: Netflix.

Al final, como indicaba Bernard Stiegler, estos contenidos no hacían más que volver al grupo una masa dócil y fácil de manipular. Al concepto de masa se refirió Saperas, caracterizándolo como un grupo heterogéneo, compuesto con diferentes individuos de varios grupos sociales, formaciones e intereses diferentes. Son individuos anónimos sin conocimiento mutuo o interacción entre sus miembros y, por supuesto, sin ningún tipo de organización (1985). Este concepto era el predominante en el anterior paradigma comunicativo, que recibe de él su nombre, el paradigma de la comunicación de masas y que está caracterizado, al igual que en el capítulo, por un flujo comunicativo unidireccional.

Así pues, podemos comparar la forma de comunicación del capítulo con algunas de las primeras teorías de la comunicación:

La teoría de la aguja hipodérmica contemplaba una masa dócil y maleable totalmente indefensa ante la omnipotencia de los medios de comunicación, que tenían la capacidad de controlar la sociedad. Se trataba de una teoría conductista de “estímulo-respuesta” en la que los medios tendrían un efecto casi directo en los seres humanos. Una demostración de esta teoría es “La Guerra de los mundos” de Orson Welles, el 30 de octubre de 1938, un programa especial de la radio en el que se emitió un fragmento de la clásica novela *La Guerra de los mundos* de H.G. Wells en la que se narraba una invasión alienígena. El efecto fue abrumador y mucha gente creyó que verdaderamente estaba siendo invadida por los alienígenas (García Avilés, 2015).

Una evolución de esta teoría es el paradigma de Harold Lasswell, que no observa los efectos de los medios como directos ni inmediatos, pero si tiene en común algunos aspectos con la anterior. En ambas la comunicación es un proceso asimétrico en el que el emisor es poderoso y activo, mientras que el receptor es pasivo y sin capacidad de respuesta. También se ve la comunicación como un proceso intencional, en la serie como una forma de control y orientación de la conducta y en ambas se ve un flujo comunicativo unidireccional (García Avilés, 2015) que afecta de forma directa o indirecta en la opinión pública.

Como complemento de estas teorías es también relevante una del terreno de la comunicación política, la de la espiral del silencio de Noelle-Neumann. En su libro, *La espiral del silencio: nuestra piel social* la autora alemana hablaba de cómo la opinión pública tiende a unificarse y de cómo las opiniones minoritarias tienen a disminuirse por temor al aislamiento (1995). Esto podemos verlo reflejado en el capítulo, especialmente en la figura de Bing, acrecentado además por la nula interacción con otros, el personaje nunca llega a mostrar esa opinión discrepante hasta el final del capítulo. Se trata de una nueva forma de totalitarismo aumentada por el uso de la tecnología como forma de control y basada en el positivismo, una dictadura maquillada.

Algo parecido a lo que vemos en el capítulo está sucediendo en China con la implantación del Crédito Social, un nuevo sistema que se está implementando como herramienta para

la lucha contra el COVID-19 (o utilizándola como excusa). Este nuevo sistema implicaría que cada ciudadano chino tuviera una puntuación asignada que aumentaría o disminuiría dependiendo de todas sus acciones: rendimiento de trabajo, relaciones sociales, publicaciones en las redes sociales... Todo pasa a ser monitorizado por el gobierno chino y esa puntuación traería como resultado premios y ventajas a aquellos con más puntuación y algún tipo de castigo o penalización para los que tienen puntuación más baja.

Este nuevo sistema del gobierno chino parece un calco del planteado en un capítulo de la temporada 3 de *Black Mirror*, *Nosedive*, cuya idea principal está sacada de *15 Million Merits*, aunque en este capítulo la puntuación era dada por otros usuarios a modo de los “likes” de Instagram y no de una puntuación dada por el estado. El nuevo sistema de China parece una fusión de la idea de este capítulo de *Black Mirror* fusionado con la hipervigilancia del “Big Brother” de *1984* y explora al máximo el concepto de dictadura maquillada de Byung-Chul Han y del uso de la tecnología y del positivismo para el control social. Sin embargo, según Han, algo muy similar ocurre en las sociedades occidentales, aunque de forma no tan manifiesta.

Continuando con las similitudes entre el capítulo y nuestro propio sistema, la sociedad de *15 Million Merits* queda dividida en tres estratos sociales (alto, medio y bajo), aunque, a diferencia de en nuestra sociedad, el paso de un estrato a otro superior se muestra casi imposible, pudiendo definirse casi como estamentos medievales.

-Clase media: es la mejor descrita en el capítulo por ser la clase a la que pertenecen los protagonistas. La clase media de *15 Million Merits* forma la base del tejido productivo de la sociedad, por ser ellos quienes generan la electricidad a todo el complejo mediante las bicicletas eléctricas. Todos ellos visten chándal gris y están abiertos (y prácticamente obligados) al consumo virtual y de entretenimiento, que, como ya hemos tratado, orienta en todo momento su conducta (Benedí Esteban, 2013).

-Clase baja: en la serie reciben el nombre de “lemons” (limones) por su vestimenta amarilla y están formados por aquellos miembros de clase media que han subido de peso y no están en condición de pedalear tan eficientemente como el resto y se dedican a la limpieza. Desde el primer momento se pone de manifiesto que el maltrato y la exclusión de los lemons están socialmente aceptados, es más, muchos programas de entretenimiento

orientan a los ciudadanos de clase media a que les odien y los excluyan. Podemos ver varios programas de entretenimiento en los que se los agrade e incluso videojuegos basados en disparar a los lemons.

Es la forma en que la sociedad hipercapitalista de *15 Million Merits* maneja a los individuos, mediante el miedo a la miseria, ya que aquel que no contribuye a la producción es apartado y rechazado: “La miseria de la mayoría de la población mundial parece ser una característica estructural del capitalismo, en todos los tiempos y lugares en que fue implementado” (Sibilia, 2006, p. 39).

-Clase media/alta: Aquellos trabajadores intermedios que realizan tareas de administración y organización de los diferentes programas de entretenimiento, un ejemplo es el personal de seguridad de Hot Shot. Aunque pertenecen a la clase media no lleva el típico uniforme gris y parecen tener un nivel de vida más elevado.

-Clase alta: los famosos o personas de renombre de la sociedad de *15 Million Merits*, aunque es posible que existe una clase por encima de ellos que se encargue de organizarlo todo y de mover los hilos, no son mostrados en el capítulo. Cabe interpretar por lo tanto que son estas personas las encargadas de marcar las pautas de la sociedad, porque además se nos cuenta que también son quienes controlan la selección y reparto de canales televisivos. En la serie se nos presentan tres principalmente, los jueces de Hot Shot: Hope, Charity y Wraith que cumplen con la labor del programa principal de esa sociedad distópica, señalar un camino, un horizonte cuyo único camino son los 15 millones de méritos.

#### 5.4.5. El horizonte de los 15 millones de méritos

En esta prisión de pantallas que nos presenta el capítulo, la monótona vida de la clase media es alentada desde tres perspectivas: De frente el entretenimiento barato, desde abajo el miedo a bajar en la escala social, a convertirse en un lemon, y desde arriba la esperanza de ascender en la escala social, un horizonte casi irrisorio para el que es necesario acudir y ser seleccionado en el programa de entretenimiento estrella, Hot Shot.

Es totalmente comparable a la clase media de cualquier país, además del entretenimiento, casi todos los ciudadanos nos vemos obligados a sentirnos cómodos con nuestra posición social, por toda el hambre y la miseria que sufren otras familias y a la que no queremos llegar y, por otro lado, observamos con cierta envidia y anhelo a los famosos y personas de renombre de nuestras respectivas áreas de trabajo. Aunque para alcanzar ese sueño hay que superar varias barreras.

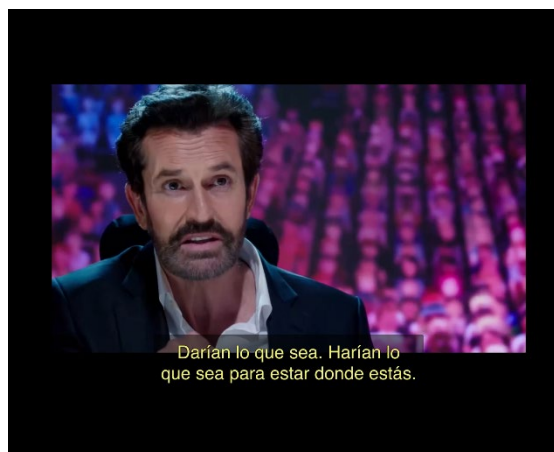
Como hemos comentado, la de *15 Million Merits* se trata de una sociedad totalmente formada en torno a la productividad y al trabajo, por lo que la propia entrada como participante a Hot Shot también va ligada a la productividad, es necesario pagar la desmesurada cifra de 15 millones de méritos, algo que puede ser equivalente a años de trabajo. Esto forma la primera barrera para aquellos soñadores deseosos de ascender en la escala social.

La segunda barrera es la organización dentro del programa, cómo aquellos que han pagado son obligados a esperar hasta que los organizadores lo decidan, una espera que puede durar meses, son como ganado esperando a ser seleccionados. Esta selección parece producirse según la estrategia comercial del programa, atendiendo a características superficiales como el género o la etnia, para ganar el apoyo y el favor de la audiencia por medio de cuotas de diversidad. Es una forma de mercantilizar la diversidad que se está realizando en la realidad y que podemos ver, por ejemplo, en algunas de las últimas películas de Disney. La tercera barrera es la que forman los jueces del programa, que deciden si un espectáculo es digno de aprobación o no y si esa persona es digna de ocupar alguno de los espacios televisivos.

Superar todas esas barreras es para el ciudadano promedio de *15 Million Merits* una labor casi imposible, pero que promete una gran recompensa. Es lo que muchos autores conocen como la venta del paraíso por medio de los medios de comunicación y lo hemos podido ver en multitud de obras literarias y filmicas, como la película *La isla* del 2005, que, a pesar de ser una película de acción dirigida por Michael Bay, nos deja un mensaje importante sobre la ética en la ciencia y sobre la venta del paraíso. En la película podemos ver un complejo bastante similar al de *Black Mirror* en el que los individuos viven y se relacionan bajo publicidad abusiva sobre un lugar paradisíaco llamado “la isla” al que se accede por medio de un sorteo. Más tarde nos damos cuenta de que en realidad todos son clones y que cuando uno de ellos es enviado a “la isla” es en realidad asesinado y sus órganos extirpados.

Un ejemplo no tan radical que algunos autores proponen de la vida real es la publicidad de las agencias de viajes, en especial los más caros a destinos paradisíacos, algo que la mayoría de los ciudadanos vemos en la televisión y en la publicidad. Sin embargo, tienen un elevado precio y muchas veces son inaccesibles para la ciudadanía, pero quedan como una meta, un sueño, algo similar a lo que sucede en el capítulo. Al fin y al cabo se trata de sueños y objetivos que no han surgido de nosotros mismos, sino que los medios y la sociedad nos han convencido de que es un camino a seguir y una meta a lograr, es lo que muchos autores llaman la mercantilización del éxito, una característica casi sistémica del capitalismo.

Hot Shot cumple ese cometido, el de marcar el camino a los ciudadanos de clase media marcando un horizonte que es poco más que una quimera y de paso abriendo una cortina de humo por medio del entretenimiento vacío. Esto se plasma en la frase del juez Hope hacia Abi, después de ofrecerle un puesto en una cadena pornográfica que ella realmente no quería aceptar: “Ellos darían lo que sea. Harían lo que sea para estar donde estás”.



El juez Hope convenciendo a Abi de entrar a la pornografía / Fuente: Netflix.

En eso se basa todo, en un falso sueño. Falso porque, pese a que hay una posibilidad de que se cumpla, el resultado acaba siendo muy diferente de las expectativas de la mayoría de los personajes.



## 5.4.6. La verdadera cumbre del mérito

El futuro de aquel minúsculo porcentaje de la sociedad capaz de superar todas las barreras mencionadas sería bastante diferente a lo esperado. De esto nos damos cuenta en la primera mitad del capítulo, cuando Bing ofrece todos sus méritos a Abi y esta participa en Hot Shot dejando impresionado al público con su actuación. En ese instante los jueces Hope y Wraith deciden por ella que va a ser destinada a la industria pornográfica a lo que ella, inhibida por una droga que le ofrecen antes de actuar, acepta y gana el favor de la mayoría de la sociedad.

Esta sociedad representada en la serie es lo que Byung-Chul Han bautizó con el nombre de sociedad porno, no por lo mencionado antes, sino por el nivel de transparencia y la satisfacción de apetitos básicos y placer inmediato por encima de estímulos complejos (2014). Por esto, cuando los jueces consiguen conectar con los apetitos de la gran masa social al abrirle a Abi las puertas a la pornografía consiguen crear una corriente de opinión mayoritaria mediante una opinión única y decidida. Es una forma de controlar a la sociedad manejando sus apetitos y deseos más básicos por medio de la banalización y el entretenimiento.

Con todo esto Hot Shot consigue la última función de su programa, reclutar nuevos integrantes para sus diferentes cadenas de entretenimiento, es decir, conseguir nuevos objetos de consumo, nuevos eslabones de la cadena que atenaza a la sociedad. Es eso lo que más acaba enfureciendo a Bing y que le lleva a amenazar con suicidarse en mitad del programa y a lanzar una dura y acertada crítica a su sociedad (y también a la nuestra): “Por llevaros algo real, lo convierten en otro producto falso más. Supuran alrededor y dejan solo un hueso, un chiste”.



El discurso de Bing en Hot Shot / Fuente: Netflix.



Al igual que todas las referencias anteriores al filósofo Byung-Chul Han, a pesar de tratarse de teorías extrapoladas al terreno de la serie, la de la sociedad porno y todas las demás son en realidad teorías de análisis de nuestra propia realidad. Y, con todo lo visto en apartados anteriores, queda de manifiesto que la forma de vida del capítulo, con todas sus características, es un reflejo distorsionado de la nuestra. En esta sociedad los protagonistas son encandilados por el entretenimiento barato mientras consiguen méritos, algo parecido a lo que sucede a los obreros de una fábrica que trabajan mientras observan la televisión para después gastar su dinero en nuevos móviles o simplemente en comer, esto es solo un ejemplo, aunque hay miles de ellos.

De hecho, podría traducirse el nombre de méritos a dos elementos de la vida real: Al dinero (algo obvio) y también a la popularidad en internet, que podría traducirse en followers, unas cifras que llegarían a que tus mensajes fueran escuchados por una gran parte de la sociedad (algo similar a lo que ocurre en el capítulo) con el fin de lograr el apoyo social y subir en la escala, ser famoso. El resultado, en muchas ocasiones, acaba siendo el mismo que en el capítulo.

Cuando Bing Matsen lanza su discurso amenazando con clavarse un cristal en el cuello todos quedan asombrados, pero el juez Hope le da la vuelta a todo. Descontextualiza y libera de contenido el mensaje de Bing, valora su pasión, su actuación, pero resta importancia a todo lo demás: “Has contado la verdad, tu verdad, a fin de cuentas”. Un solo argumento que rompe todo lo que Bing quería conseguir, “haciendo desaparecer los únicos sentimientos reales de un sistema llevado a la completa deshumanización” (Sorrivas, 2020).

Este mismo argumento es el que predomina en nuestra sociedad postmoderna, no hay verdad clara, solo millones de pequeñas opiniones entrelazadas que logran encontrarse en muy pocas certezas. La sociedad postmoderna es escéptica y lleva al ser humano a estar perdido en la avalancha de información de la red, sin tener nunca un rumbo claro o una certeza definida. Un solo argumento capaz de desmontar toda la rebeldía de Bing.

Finalmente, el juez Hope le ofrece un programa de entretenimiento en el que “actuar” de la misma manera que lo había hecho, “demostrando su pasión”. El capitalismo exacerbante de *15 Million Merits* absorbe el discurso transgresor de Bing y lo acaba

transformando en otro objeto de consumo más, llevándolo a él a aprovecharse de la situación y seguir lanzando su discurso, ahora contaminado por la hipocresía. Todo para vivir en una cárcel más grande, con pantallas que simulan mostrar el exterior y con algunas comodidades más. Todo queda reflejado en un plano en el que guarda el fragmento de cristal de la pantalla de su habitación, toda una imagen de rebeldía y de crítica al sistema y a la tecnología en una caja negra, una cárcel de pantallas negras como aquella en la que él mismo está encerrado.



Bing cerrando el fragmento de pantalla en una caja negra / Fuente: Netflix.

Al final acaba siendo un eslabón más de la cadena y acaba haciendo uso de su discurso antisistema para lucrarse y ganar privilegios. Algo peculiar y contraproducente que muchas personas y organizaciones hacen a día de hoy y que podría ser tachado de hipocresía. ¿Sería el propio creador de la serie Charlie Brooker un ejemplo de esto, por ejemplo en su programa *Screenwipe* en el que criticaba la televisión por medio de un programa de televisión? ¿Es la propia *Black Mirror* un ejemplo de esto? ¿Podría ser Bing Matsen una metáfora de la propia serie? Estas serán preguntas a responder en la conclusión de este trabajo.

## 5.5. Capítulo 3. Toda tu historia (The Entire History of You)

"Sabes, la mitad de los recuerdos orgánicos que tienes son basura"



Póster del tercer capítulo / Fuente: Posterspy.

### 5.5.1. Ficha técnica

**Título original:** *Black Mirror: The Entire History of You (TV)*

**Año:** 2011

**Duración:** 48 min.

**País:** Reino Unido

**Dirección:** Brian Welsh

**Guion:** Jesse Armstrong

**Música:** Stuart Leal

**Fotografía:** Zac Nicholson

**Reparto:** Toby Kebbell, Jodie Whittaker, Tom Cullen, Amy Beth Hayes, Rebekah Staton, Phoebe Fox, Rhashan Stone, Daniel Lapaine, Jimi Mistry, Karl Collins.

**Productora:** Zeppotron. Distribuida por Channel 4

**Género:** Ciencia ficción. Thriller. Sátira. Mediometraje.

(FILMAFFINITY)



### 5.5.2. La trama del capítulo

El tercer capítulo de la primera temporada de *Black Mirror, The Entire History of You*, nos trae una sociedad muy parecida a la nuestra, pero marcada por el uso de un aparato electrónico llamado “el grano” (“grain”). Este aparato electrónico es implantado en la cabeza de cada persona y sirve para ver los propios recuerdos e incluso transmitirlos en una televisión, además de para pasar controles de la policía y realizar otras tareas.

La historia parte con su protagonista, Liam Foxwell, siendo rechazado en una entrevista de trabajo, algo de lo que se da cuenta revisando ese recuerdo una y otra vez. Liam va esa misma noche a una fiesta a la que su pareja Ffion le invita con unos amigos. Cuando él

llega, la encuentra hablando con uno de ellos, Jonas. Desde un primer momento Liam sospecha de la relación de Jonas y Ffion, pero es durante la comida cuando le parece que tienen una relación más estrecha de lo que admiten.

Durante los días posteriores Liam revisa una y otra vez los recuerdos de la fiesta, buscando cualquier indicio o gesto que le indicara que su pareja lo estaba engañando. Esta obsesión, junto a la conducta cada vez más extraña de Ffion, lo lleva a irrumpir en casa de Jonas y a obligarle a que proyectara sus recuerdos en la televisión, descubriendo así que sus sospechas eran ciertas y que su mujer lo había engañado con Jonas.

Finalmente Liam acaba teniendo una enorme discusión con su mujer por todo lo que había sucedido y la obliga a mostrarle el recuerdo a la fuerza. El capítulo acaba con Liam volviendo a ver recuerdos bonitos con Ffion y con su hija Jodie en mitad de una casa vacía y apagada, su dolor es tal que acaba yendo al aseo y extirpándose el grano con una cuchilla.



### 5.5.3. El grano, otra forma de control social

El grano (o grain) se nos presenta en *The Entire History of You* como un apéndice vital en la vida de los ciudadanos. Se trata de un dispositivo implantado dentro de la cabeza que monitorea todo aquello que el individuo ve y que puede revisar o proyectarlo en la televisión haciendo uso de un mando. Este dispositivo está tan normalizado y asentado en la sociedad que es utilizado incluso como forma de revisar los antecedentes en controles, haciendo un chequeo de tus últimos recuerdos. Además, es necesario para realizar algunos pagos y para ser atendido por la policía. Esto, aunque llegara a reducir el número de crímenes, rompería por completo la libertad del individuo y acabaría con el derecho a la intimidad, dando como resultado una sociedad de control casi absoluto.

El grano no solo es necesario para muchas de las tareas vitales de la sociedad, sino que está estrechamente ligado a la sociedad: “Es una convención social fuertemente arraigada, que modifica lo modos de relacionarse entre los seres humanos y que (...) margina a aquellos que no participan de ella, al no poder tomar parte en determinadas actividades sociales o conversaciones” (Benedí Esteban, 2013, p. 29).



Esto se nos muestra en el capítulo con el personaje de Helen, a quien le quitaron el grano durante un robo y decidió no volver a implantárselo, algo a lo que ella se refiere como una experiencia liberadora, pero que al resto de sus amigos les parece extraño y la menosprecian, llegando incluso a compararla con una prostituta.

No se muestra si esta dependencia del grano es generada por los organismos del poder de la sociedad como ocurría en *15 Million Merits* o si surgió de los propios individuos y de la sociedad, haciendo que todo lo demás se construyera a partir de ésta. Sin embargo, todo apunta a que se trata de la segunda opción, al igual que sucede en la realidad con los smartphones y las tablets, cuyo apego y uso generalizado surgió de los ciudadanos y no del poder. Resulta evidente que hay muchos puntos en común entre el grano y los smartphones y las redes sociales, ambos registran gran parte de la vida del individuo de una forma u otra y esa información es utilizada con múltiples fines.

Si bien el capítulo anterior nos presentaba una forma de totalitarismo mucho más directa, en éste podemos ver un tipo de dictadura maquillada mucho más cercana a nuestro modelo de sociedad en la que las formas de sumisión son más sutiles y están enmascaradas en beneficios y privilegios. En la realidad el modelo de control y monitoreo de la información queda tapado bajo las múltiples funcionalidades del smartphone y todas las posibilidades de entretenimiento y de comunicación que ofrece. Como explica el filósofo Slavoj Žižek en su libro *La vigencia del manifiesto comunista*: “Puesto que en nuestra sociedad la libre elección se eleva a valor supremo, el control y dominación social ya no pueden presenciarse como algo que coarta la libertad de cada uno: Tienen que presentarse (y preservarse) como la mismísima experiencia de los individuos en cuanto que seres libres” (p. 38).

Multitud de entidades y de organismos utilizan esa información de las redes sociales como forma de manipulación, siguiendo la lógica del filósofo Thomas Hobbes: “El conocimiento es poder”. De este modo, conociendo los intereses y las preocupaciones de los diferentes ciudadanos, tanto las empresas como los grupos políticos son capaces de orientar sus discursos y sus estrategias para condicionar a esos segmentos de la ciudadanía. El ejemplo de esto es todo el escándalo ocurrido con la venta de datos por parte de Facebook o la compra de datos para campañas electorales realizada por Trump para las elecciones en Estados Unidos.



El resultado del uso del móvil en la realidad o del grano en la serie es el mismo, una sociedad hipercontrolada en la que cada acción puede ser localizada y en la que la libertad parece ser menos que una ilusión. “La misma convergencia tecnológica que abre nuevos visos de cooperación también posibilita una economía de vigilancia universal y dota de poder tanto a los sádicos como a los altruistas” (Rheingold, 2004, p. 24). De nuevo parece que nos encontremos entre las páginas del libro *1984* de Orwell y que todos nos encontremos bajo la mirada del “Big Brother”.

Pero estos no son todos los símiles entre el grano y los teléfonos inteligentes. El capítulo nos muestra el grado de apego que cada individuo tiene al grano y su dependencia incluso a la hora de relacionarse con los demás. Los individuos muestran sus recuerdos sin tapujos, llevando a la espectacularización su vida privada.





#### 5.5.4. La espectacularización de la vida privada

En *The Entire History of You* las televisiones que aparecen no se muestran ligadas a ningún canal ni son utilizadas como medio de comunicación, más bien son un soporte para proyectar el verdadero medio de comunicación dominante en su sociedad, el grano.

Por su alta interactividad y su capacidad para transmitir mensajes (o recuerdos) el grano podría clasificarse entre lo que Mc Luhan consideraría un medio frío. Al combinar la televisión con el grano cualquier individuo es capaz de generar contenido audiovisual de entretenimiento a través de sus propias vivencias y recuerdos.



Ffion y Jonas viendo los recuerdos de su amigo / Fuente: Netflix.

Es, de nuevo, lo mismo que sucede con los smartphones o las redes sociales, muchas personas enseñan fotos de sus viajes o vacaciones a sus amigos en las reuniones sociales de forma similar a como lo hacen en el capítulo con el grano. Esto, además, es una de las funciones principales de las redes sociales, compartir una pequeña porción de la intimidad y de las vivencias personales. Es lo que se conoce como extimidad: “exponemos todo aquello que antes pertenecía única y exclusivamente a la vida privada. Nosotros mismos nos convertimos en sujetos y objetos del espectáculo” (Cossialls, 2016).

Sin embargo, los individuos no publicamos toda nuestra intimidad en las redes, solo aquello que nos favorezca de cara al resto y nos deje en una buena posición. En el mundo digital (y a veces en el real) tratamos de mostrar favorecidos unos ciertos rasgos de nuestra

vida y de nosotros mismos, creando un “personaje” que destaque y que guste a los demás como forma de conseguir apoyo y “me gustas” (Sibilia, 2008). Generamos una marca personal, basándonos en puras apariencias, un concepto que recibe este nombre precisamente porque, al igual que cualquier marca de una empresa, busca “venderse” y gustar a la sociedad. “El mundo no es hoy ningún teatro en el que se representen y lean acciones y sentimientos, sino un mercado, en el que se exponen, venden y consumen intimidades” (Han, 2013, p.68).

El ejemplo extremo de esto son aquellas personas que venden su marca personal directamente para ganar dinero, es el caso de los influencers y también de aquellos que se lucran en programas de prensa rosa. Estos individuos hacen de su vida privada algo público, se venden literalmente como objetos de consumo y como medios de entretenimiento de cara a la sociedad. Al otro lado están las personas de renombre, como actores o actrices, incluso políticos que, sin quererlo, ven como su intimidad se convierte en algo público sin ellos haberlo buscado. En *Black Mirror* esto se expone a la perfección en un capítulo que ya hemos analizado, *The National Anthem*, en el que podemos ver como la vida privada del Primer Ministro Michael Callow se mezcla con la esfera pública a raíz de los acontecimientos del capítulo.

Esta transparencia casi absoluta que muestra en muchos famosos, así como en los influencers o en muchísimos de los usuarios de Instagram no es solo una apariencia que está lejos de ser real, como mirar a través de unos cristales tintados, también acaba por repercutir en todos los aspectos de la vida. La intimidad queda expuesta, con lo que la propia libertad queda del todo limitada, algo que también afecta de forma determinante en las relaciones interpersonales.

### 5.5.5. La ausencia de intimidad en las relaciones interpersonales

A lo largo del capítulo vemos como la ausencia de intimidad producida por el grano se manifiesta en las relaciones sociales de su protagonista Liam Foxwell, especialmente en su relación de pareja con Ffion. Desde el principio se nos muestra a Liam como una persona obsesionada con revisar sus recuerdos en busca de detalles y de pistas que le ayuden a entender lo que sucede en su entorno personal. Esto se nos muestra en las primeras escenas, cuando revisa una entrevista de trabajo para un bufete de abogados en busca del más mínimo gesto de por qué no lo seleccionaron. Pero el mayor ejemplo es su relación con Ffion (o Fi), que se comienza a torcer cuando sospecha que tiene una aventura con su amigo Jonas a raíz de verlos hablar en una fiesta.

En la vida de los personajes de *The Entire History of You* todo lo vivido queda grabado y almacenado en el grano, al igual que sucede en la realidad con los teléfonos móviles. Aunque no tengamos un grano en la cabeza grabando todo aquello que vivimos, nuestros smartphones siempre nos acompañan, grabando los lugares a los que hemos ido, las conversaciones que hemos tenido por Whatsapp o las fotos que hemos hecho. Todo (o casi todo) es revisable y puede mostrarse a los demás, como ya vimos en el apartado anterior. La intimidad de ambas sociedades es quebradiza y puede tener efectos nefastos en las relaciones. La transparencia puede ser un instrumento para el bien en casos determinados, pero abre las puertas a muchos peligros, como ya vimos, “la información es poder” y aquel que sepa todo sobre una persona tiene en su mano la capacidad de controlarla.

Esto lo podemos ver de forma muy sutil en los celos del protagonista al principio del capítulo y más clara conforme se llega al final. Desde los primeros minutos vemos como Liam se obsesiona por los celos que siente hacia Jonas, algo que las respuestas sospechosas de su esposa no hacen más que aumentar. Aunque los celos originariamente habían sido considerados como una muestra de amor y de pasión, para la mayoría de la

sociedad actual está claro que distan de ser una forma de demostrar amor, sino más bien una forma de inseguridad a la vez que un intento de control hacia la pareja.

Sin embargo, cualquiera podría argumentar que los celos que siente Liam son una expresión de inseguridad y un intento de control totalmente ajenos al grano, que surgen de él por su forma de ser y de actuar, algo que es totalmente cierto. El papel del grano o de los smartphones en este caso no es el de ser el detonante de esta conducta obsesiva y posesiva hacia la otra persona, sino más bien un agravante. El grano da la capacidad a Liam para ahondar en el asunto, para buscar de forma compulsiva los detalles que apuntaran a una infidelidad que al final resulta ser cierta.

Además, la capacidad del grano y de los smartphones de guardar toda la información da a Liam la terrible posibilidad de obligar a su esposa a mostrarle sus recuerdos, de igual forma que algunas personas tóxicas obligan a sus parejas a mostrarles sus mensajes de Whatsapp. Como hemos dicho anteriormente, esta imposibilidad de reservar la intimidad personal lleva muchas veces al control, tanto en las relaciones interpersonales como impersonales, dando como resultado relaciones tóxicas o de maltrato. Son esta necesidad de control y esta inseguridad impulsadas por la capacidad que el grano otorgaba a Liam de llegar a descubrir la verdad las que acaban por romper su matrimonio y por destrozarse su vida (Aroni Laimito, 2019).

Este capítulo nos deja una amarga reflexión sobre la condición humana y sobre los efectos que podría tener el transhumanismo, entendido como la ampliación, mejora o extensión de las capacidades humanas de forma artificial. Al final, si se amplía una característica humana puramente negativa los efectos para la persona y para la gente de su alrededor acaban siendo catastróficas.

Tanto el grano como su reflejo en la vida real no afectan de forma directa a las relaciones amorosas. Si una relación es sana, cimentada en la confianza y en el respeto mutuo las redes sociales pueden ayudar y mejorar esa relación. Un ejemplo podría ser la posibilidad de comunicarse cuando un miembro de la pareja esté en otro país, por ejemplo, o en el caso del grano la posibilidad de revivir momentos felices en pareja. Sin embargo, algunos autores como Bauman creen que con tantas opciones de relación a través de internet, por medio de las redes y de las apps de citas, las relaciones íntimas han pasado a ser breves y

volátiles, influidas por el desarrollo de la tecnología, convirtiéndolas en otro elemento más de consumo del sistema capitalista (Bauman, 2018). Además, las redes o el grano tienen otro inconveniente, al servir de contenedor de recuerdos, después de una ruptura o de cualquier acontecimiento traumático son como una cadena que ata al pasado.



## 5.5.6. Una cadena que ata al pasado

Al final del capítulo vemos a Liam que, tras haberlo perdido todo, lo único que puede hacer es refugiarse en sus recuerdos, repetirlos una y otra vez en su mente haciendo uso del grano. El protagonista vuelve a ver todo lo que ha perdido, su vida feliz al lado de su mujer y de su hija, incapaz de dejarlas escapar de su memoria.

El olvido es una herramienta más de nuestro cerebro, nos ayuda a nivel cognitivo, procesando la información y de alguna manera gestionando nuestra memoria. Como explica el neurocientífico Facundo Manes "el olvido permite desembarazarnos, permite que eliminemos mucha información que carece de utilidad. Es un proceso fisiológico que requiere gasto de energía" (2015). Además, el olvido también es útil a nivel psicosocial, a la hora de desarrollar la identidad del individuo y nos ayuda a superar hechos fuertes o traumáticos. En este punto el olvido puede ocurrir de forma voluntaria o involuntaria, siendo esta última más complicada si nos referimos a acontecimientos dolorosos.

Como hemos visto, uno de los efectos secundarios de grabar y registrar la vida tanto con el grano como con los smartphones y las redes sociales es que esa información queda guardada y almacenada para el consumo posterior. Por supuesto, en los tres casos esa información puede ser borrada, también el grano tiene la funcionalidad de borrar esos recuerdos, sin embargo, esto debe ser una acción voluntaria y determinada del usuario que debe realizarse de forma manual. La necesidad de borrar la información manualmente elimina la capacidad del cerebro de borrar los recuerdos de manera involuntaria, algo que podría ser beneficioso en casos concretos, como a la hora de recordar lo aprendido en el instituto, por poner un ejemplo, pero bastante perjudicial en otros (Benedí Esteban, 2013).

En el caso que se expone en el capítulo la posibilidad de analizar de forma exhaustiva los recuerdos acaba por enloquecer a Liam, esta posibilidad que da el grano a los usuarios les puede llegar a producir inquietud y ansiedad, como ya hemos visto, especialmente en las personas que, como Liam, son de por sí bastante inseguras.

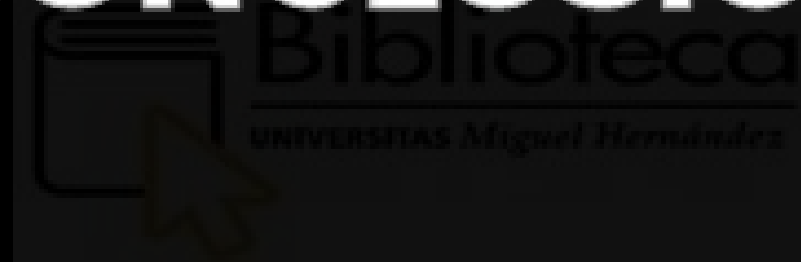
Pero el mayor problema de esta cadena que ata al pasado es la dificultad para olvidar un acontecimiento doloroso o traumático. Algo que en sí mismo ya es una labor complicada lo es ahora mucho más por la imposibilidad de olvidar de forma involuntaria, obligando al usuario a hacer el esfuerzo de borrar de forma manual unos recuerdos que quizás no quiera dejar ir, como le sucede a Liam.

Finalmente, después de revisar minuciosamente cada momento feliz con la que había sido su familia, Liam acaba mirándose al espejo, cogiendo una cuchilla de afeitar y arrancándose ese aparato que no había hecho más que hacer crecer todos sus males.



Escena en la que Liam se arranca el grano de dentro de su cabeza / Fuente: Netflix.

# 6. CONCLUSIONES





## 6.1. El uso de la tecnología en Black Mirror

Para muchos, la tecnología es el eje central de *Black Mirror* y no cabe ninguna duda de que ocupa un puesto protagónico en cada uno de sus capítulos. De hecho, en el comienzo de sus dos primeros capítulos, *The National Anthem* y *15 Million Merits*, sus dos protagonistas son despertados por aparatos tecnológicos, mientras que en el tercero, *The Entire History of You*, lo primero que vemos es el rostro de su protagonista reflejado en una mesa negra, un espejo negro, la metáfora que da nombre a la serie. Es tal la importancia de los dispositivos tecnológicos en la serie que esta metáfora del espejo negro hace referencia a una pantalla apagada.

A lo largo de los capítulos podemos ver los diferentes usos y efectos que tienen las tecnologías en la sociedad:

En el primer capítulo, *The National Anthem*, se nos sitúa en un mundo paralelo al nuestro, con las mismas tecnologías que nosotros mismos utilizamos para ver el propio capítulo: ordenadores, smartphones, televisores... A lo largo del análisis vimos como todos esos dispositivos eran utilizados con diferentes fines y sobre todo cuáles podían ser sus efectos en la sociedad. Vimos el desarrollo de las redes sociales y de internet como herramienta para analizar y para orientar la opinión pública, cómo la información es imparable cuando viaja a través de las hipermediaciones, cómo los medios tradicionales como la televisión se ven obligados a adaptarse a esos cambios para sobrevivir y también el poder de la tecnología para absorber la atención y el interés de la ciudadanía.

En *15 Million Merits* nos adentramos de lleno en la ciencia ficción distópica que sería el patrón a seguir de la serie a partir de entonces. Esta vez vimos la tecnología como una forma de control de los poderosos, una herramienta vital para el funcionamiento de la sociedad que se nos presenta en el capítulo. Se nos muestran nuevas “tecnologías del yo”, es decir, dispositivos que orientan al individuo a expresarse y a comunicarse, y también su relación con las “tecnologías del poder”, aquellas que llevan al control de los ciudadanos y que orientan su conducta. En la serie, las “tecnologías del poder” que se nos muestran son sus pantallas interactivas y especialmente su programación, vemos como

los diferentes programas de entretenimiento orientan sus gustos y su conducta, limitando sus relaciones sociales y su capacidad de raciocinio, convirtiéndolos en una masa fácil de manipular.

En el último capítulo, *The Entire History of You*, el uso tecnológico queda casi limitado a un dispositivo que grababa todo aquello que la persona vivía, recuerdos que más tarde podían ser revisados o expuestos en la pantalla. También se nos muestra el uso de este aparato como forma de control por parte del estado y por parte de unos individuos a otros, además de la ruptura de la intimidad personal, la imposibilidad del olvido y los efectos que ambas podrían tener en las relaciones interpersonales.

Todo esto lleva a muchos espectadores y críticos a pensar que la serie se trata de una crítica que tiene como eje central la tecnología, los usos y los efectos nefastos que ésta tiene en los seres humanos. De hecho, una de las principales hipótesis del trabajo era esta, que la tecnología era el “villano” de la serie y el origen de los problemas que surgían en los capítulos. Muchos autores dan un paso más allá y coinciden en que la serie sigue una perspectiva habitual de la postmodernidad, la idea de fin de progreso, es decir, que la ciencia y la tecnología han llegado a un punto en el que es imposible seguir avanzando y que forzar ese avance nos haría retroceder. “Cuando se llega a usos desproporcionados, como toda tendencia del poder en la humanidad a exprimir y explotar al máximo las posibilidades de todos los recursos, el medio se vuelve en contra” (Villacañas, 2018, p.63).

Muy similar a esta idea es la de los autores que consideran el relato de los diferentes capítulos muy similares a la sociedad propuesta por Huxley en *Un mundo feliz*, que narra los efectos que el desarrollo tecnológico podría tener en los seres humanos si no se enfoca de manera adecuada. Es decir, es una crítica al progreso por el progreso (Benedí Esteban, 2013).

Sin embargo, contrariamente a varias de las hipótesis iniciales del trabajo, el mensaje que nos trae la serie y su perspectiva con respecto a la tecnología dista mucho de tales planteamientos. La serie no hace una crítica a la tecnología ni al progreso, sino al uso que se da a los aparatos tecnológicos en la sociedad actual. La tecnología en la serie cumple con varios cometidos, en muchos casos es el contexto, como por ejemplo en *The Entire*

*History of You*, en otros actúa como un personaje más, como en *The National Anthem*, pero en todos los casos la tecnología se ve como una extensión de los individuos y de sus acciones.

En *Black Mirror* la tecnología no es el villano de la historia, el verdadero villano somos nosotros, los seres humanos y nuestra capacidad para utilizar la tecnología con fines arbitrarios y egoístas, incluso para hacer daño a otros de forma consciente o inconsciente.

El creador de la serie, Charlie Brooker, expuso este pensamiento en una entrevista para la Agencia EFE: “En prácticamente cada capítulo que hemos creado los personajes son el problema, no la tecnología, la tecnología es neutral y es muy poderosa, y la están utilizando de forma incorrecta o bien están sufriendo los efectos de que otros la estén utilizando de forma incorrecta. Pero es siempre el ser humano el que causa el problema” (2019). Es comparable al uso que el ser humano hizo del descubrimiento de Einstein de la fusión nuclear, algo que fue inventado para ayudar a la humanidad y acabó convertido en un arma de destrucción masiva.

Esto también lo señaló Lévy cuando indicó que la tecnología no es buena ni mala per se y que depende del uso que las personas le demos (2007). La serie no nos invita a rehusar de la tecnología ni a rechazar el progreso, nos trata de hacer partícipes del lugar al que podríamos llegar dándole un mal uso a los dispositivos electrónicos, dado el gran abanico de posibilidades que nos ofrecen. Se trata de crear en nosotros una capacidad crítica a la hora de explotar las ventajas que nos ofrece la tecnología y reducir los riesgos que acarrea. Aunque, precisamente, esto es algo que la propia serie nos plantea como algo complicado. La serie es partícipe y nos advierte de que ya hemos tomado el camino equivocado y que quizás sea el único camino que exista, dada la naturaleza de nuestra sociedad y de nosotros como seres humanos.

## 6.2. La perspectiva social y mediática de Black Mirror

La primera temporada de *Black Mirror* nos presenta diferentes sociedades y estilos de vida muy dependientes del uso tecnológico, con algunas características comunes y también con muchas diferencias.

El primer capítulo de la serie, *The National Anthem*, parte de un contexto bastante diferente al de todos los demás capítulos de la serie, nos trae una sociedad actual, igual que la nuestra. Vemos una sociedad que depende del uso de internet y de las redes sociales y, también, como estos usos afectan a la vida política, a los medios de comunicación tradicionales y al resto de la sociedad.

La vida política se ve resentida y mancillada por el poder que las redes dan a los usuarios de difundir mensajes a través de las hipermediaciones y de orientar la opinión pública, una fuerza a la que la política se ve sometida. Mientras tanto, los medios tradicionales intentan adaptarse y llamar la atención de la audiencia a cualquier coste para evitar el arrastre de los nuevos medios y para conseguir satisfacer las necesidades de la audiencia y del mercado. La sociedad se muestra individualizada, adormecida y dependiente de la tecnología, guiada por el morbo y por los instintos más bajos. Vemos la apatía de un gran sector de la sociedad que observa el acto de la violación del cerdo para reírse y festejar y otro sector que, además, se dedica a insultar y a envenenar aún más el panorama a través de las redes.

*15 Million Merits* va un paso más allá y plantea un modelo social con un contexto más futurista, pero que es también terroríficamente parecido al nuestro. Los individuos que vemos en este capítulo son la viva imagen de la dictadura maquillada anunciada por Byung-Chul Han, son condenados a vivir en una prisión de pantallas con la única función de pedalear para producir energía. Son hámsters corriendo en su rueda para conseguir más comida, o en este caso, más méritos. Por medio del uso de las pantallas los individuos se ven empujados a alejarse de su identidad corpórea en pos de la virtualización, de buscar la relación, la expresión y el sentido por medio de las compras digitales, fomentando así

el mercantilismo. Esto y el consumo de entretenimiento basura reduce la sociedad a una masa totalmente manipulable y supeditada al falso consumo y a la producción.

*The Entire History of You* va a un plano diferente, dejando a un lado la crítica social y mediática de los dos primeros capítulos para llevarnos al plano de las relaciones personales e interpersonales y hacer una radiografía de cómo nos afecta las redes y los smartphone. Los personajes de este capítulo muestran la forma en la que gran parte de nuestra sociedad expone su intimidad a través de internet y la forma en la que esto los hace estar más expuestos a ser sometidos por parte de las demás personas. La serie nos muestra los peligros y los inconvenientes del uso de las redes también a nivel personal, mostrando cómo esa capacidad de control que nos dan pueden llegar a corromper a las personas y también como dificultan el olvido de hechos traumáticos.

Desde el primer capítulo de la serie nos damos cuenta de que *Black Mirror* no es una serie de ciencia ficción, ni tampoco una distopía al uso, que lo importante no son los personajes, ni siquiera la trama de los diferentes capítulos. Lo verdaderamente relevante es el trasfondo, el mensaje crítico que nos lanza a través de esas acciones y esos contextos, mensajes sobre el uso de la tecnología, pero sobre todo sobre nuestro modelo social y sobre los seres humanos. Por eso el primer capítulo no nos sitúa en un futuro distópico, nos sitúa en el presente. La propia serie nos está diciendo que no trata de una realidad alterna, que trata sobre una sola realidad y es la nuestra.

Otra hipótesis al inicio de este proyecto fue pensar que los casos de los capítulos eran hipérbolos muy distantes de la realidad, que los casos presentados en los capítulos no serían comparables a nuestra sociedad, algo que hemos visto que es totalmente falso. Lo dijo el historiador y filósofo Rodrigo Illaraga en una entrevista a la Agencia Télam: “la tecnología no hace escalofriante al futuro de *Black Mirror*, lo que lo hace terrorífico es la distancia con que la ciencia ficción nos permite observar las desgracias de nuestra sociedad presente”.

La primera temporada nos presenta una radiografía de la sociedad en la que vivimos viajando a través de sus diferentes dimensiones. El primer capítulo hace una crítica del plano social, político y mediático. El segundo se centra principalmente en el plano social, mientras que el tercero es una autopsia de las relaciones personales e interpersonales. A

través de éstos podemos extraer una serie de conclusiones sobre la perspectiva social que ofrece a nivel general esta serie.

A lo largo de la temporada hemos podido ver patrones comunes entre las sociedades que se nos presentan. Todas son estructuras sociales basadas en el consumo, marcadas por la lógica del mercado. Esto se ve en su punto más álgido en *15 Million Merits*, en el que toda su estructura social y su sistema está volcada en conseguir una mayor producción, desde los programas de entretenimiento y el comercio virtual hasta los patrones sociales a los que están inducidos, como el odio y la marginación de los lemons, aquellos que no producen suficiente energía. El mercantilismo en *Black Mirror* parece estar en el ADN de las sociedades de la serie, el fordismo llevado al extremo, el neoliberalismo, lo que también sucede en la vida real. Para continuar la rueda se fomenta el consumismo, en muchas ocasiones la compra de objetos sin utilidad o meramente estéticos.

*Black Mirror* observa la realidad de la manera que nos plasma en sus capítulos, como una sociedad de consumo, alienada y orientada a la lógica del mercado. Esto nos lleva a ser una sociedad individualizada, interesada en la satisfacción y el éxito personal, una sociedad apática y dependiente de la tecnología, tal y como se reflejó en *The National Anthem*. Parece que nuestras sociedades abandonan el humanismo y la solidaridad, la unión que tanto proclamaba el modernismo y la globalización en pos del beneficio individual y colectivo.

Surge un nuevo modelo social a través de internet, algo que debía unificarnos parece dividirnos más, en mitad de un mar de información, opiniones y desinformación es imposible definir lo que es la verdad. Tal y como lo dijo el juez Hope en *15 Million Merits*: “Has contado la verdad, tu verdad, a fin de cuentas”. Y ese argumento parece ser el único necesario para desacreditar todo lo demás, es el postmodernismo en estado puro, no existe una verdad, cada uno tiene su verdad. Todo está plagado de escepticismo y de relativismo, hasta el punto que es difícil discernir entre la realidad y la ficción. Parece imposible encontrar una narrativa definida de nuestra sociedad.

En este panorama, y como también se nos muestra en el primer capítulo, los medios de comunicación hacen lo posible por salir a flote, utilizando nuevas técnicas para labrar una mayor audiencia. Recogen modelos y formas propias de otros medios nativos digitales o

de los programas de entretenimiento y crean modelos híbridos que se alejan del periodismo veraz y serio, muchas veces recurriendo al sensacionalismo más banal.

Sin embargo, pese a que la perspectiva que la serie dicta sobre los medios tradicionales dista de ser positiva y encaja con la hipótesis de una perspectiva alejada de la visión del periodismo como 4º poder, tampoco se refiere a los medios como entes dañinos que someten a la sociedad. La serie los representa como lo que son, grupos de periodistas con sus inquietudes que tratan de adaptarse a los nuevos tiempos y llamar la atención de la audiencia. Al final, la perspectiva de la serie sobre los medios y periodistas es bastante negativa, como lo es su perspectiva hacia el resto de la sociedad, ni peor ni mejor. Vemos en mayor o menor profundidad los intereses de varios de los periodistas de UKN y todos tienen en común con el resto de la sociedad una conducta egoísta e individualista.

Al fin y al cabo solo se muestra lo ya destacado por Marshal McLuhan: “Los medios son una extensión del hombre”, refiriéndose así a que, al igual que el resto de la tecnología, los medios amplían las capacidades humanas y, como ya mencionamos en los capítulos anteriores, el efecto dependerá de qué característica se amplifique y su objetivo puede ser muy positivo o terriblemente perjudicial (Echauri-Soto, 2016).

*Black Mirror* nos presenta una sociedad que no está supeditada ni colapsada por el desarrollo tecnológico como sí lo reflejan obras como *Un mundo feliz* de Aldous Huxley, sino que es el uso tecnológico el que es utilizado como una herramienta de control de la sociedad. Las sociedades que nos plantean son mucho más cercanas a la concepción “orwelliana” de *1984*, una sociedad controlada a través de la tecnología, pero cuyo villano principal son otros seres humanos, con sus intereses y sus pretensiones. Una dictadura que es maquillada por el consumo y las libertades individuales que parecen eclipsar el sometimiento, de la misma forma que damos de forma gratuita nuestros datos a una empresa solo por la posibilidad de ganar un viaje de un fin de semana.

Y en mitad de esta sociedad la serie adquiere el papel de ser una voz más de la discordia, que se aprovecha de las herramientas que le presta el sistema para lanzar un mensaje crítico y contundente. Un mensaje quizás, como el de Bing Matsen, que se pierde en pos de la forma y del entretenimiento que genera, que se diluye en la sociedad y no cumple el objetivo inicial, que acaba vendiéndose y convirtiéndose en aquello que más criticaba.

### 6.3. Bing Matsen, ¿una metáfora de la propia serie?

Como ya hemos visto, *Black Mirror* se trata de una serie con una finalidad crítica y que referencia a su propio medio, la televisión y a todo lo que envuelve la tecnología y la sociedad. Es un producto mediático que critica a otros productos mediáticos, un género conocido como metatelevisión, sin embargo, queda indefinido si parte de su contenido es puramente autorreferencial, si se referencia a sí misma, una incógnita que es también uno de los objetivos del trabajo.

Como vimos en apartados anteriores, el segundo capítulo, *15 Million Merits*, nos presenta a Bing Matsen, un joven recluso en una sociedad totalitaria y maquillada por el uso de la tecnología y un consumo tecnológico que contribuía al aislamiento, a la deshumanización y al control de la sociedad. Tras una serie de eventos desafortunados fruto del control social, Bing se presenta a un programa para lanzar un discurso feroz y real sobre su sociedad, un discurso que parece ir directamente dirigido a nosotros y referirse por completo a nuestra realidad. Sin embargo, el contenido de este discurso es malogrado y corrompido por su propio sistema y lo llevan a ocupar un puesto más en los medios de comunicación de su sistema. Bing acaba siendo otro entretenimiento barato que no hace más que adormecer y contribuir al control de la sociedad.

*Black Mirror* llega al panorama audiovisual con el mismo carácter y energía que Bing cuando se presenta en el escenario de *Hot Shot*, con rabia y con mucha verdad que transmitir. Era un mensaje que le había podrido por dentro durante toda su vida y que por fin tenía el momento de expresar. De ahí surgió la primera temporada de *Black Mirror*, una temporada que, además de tener un notable apartado visual, unas buenas interpretaciones, fotografía y efectos bastante buenos, sobresalía en algo, en el contenido y en el trasfondo de sus narrativas. Son capítulos que relucen más por lo que no se ve que por lo que te muestran directamente, mensajes que ya hemos analizado y que podrían desarrollarse en otras 80 páginas. Pero eso fue cambiando con cada nueva temporada.



Las temporadas 2 y 3 de *Black Mirror* cumplen en gran medida con el propósito original de la serie, en su mayoría son capítulos que incluso llegan a superar a su primera temporada en el apartado audiovisual, pero que dan síntomas de caída en cuanto al contenido. Algunos de sus capítulos nos traen temas nuevos de reflexión subyacentes de cada capítulo, nos exploran desde otras perspectivas algunos de los temas que ya hemos visto en la primera temporada y otros los amplían.

Por ejemplo, el primer capítulo de la segunda temporada, titulado *Be Right Back* (Ahora mismo vuelvo) recoge de *The Entire History of You* el tema de la tecnología y la dificultad del olvido, pero lo lleva a otro nivel y lo pone como el tema principal del capítulo. En este triste capítulo vemos como una mujer queda viuda y, fruto del dolor, acaba implantando una copia de la personalidad de su marido en un androide con su apariencia exacta. Otro ejemplo de capítulos que recogen un mismo tema pero que ahonda más en ellos es el ya mencionado *Nosedive* (Caída en picado), que trata, igual que en *The Entire History of You*, la espectacularización de la vida y lo mezcla con la virtualización que podemos ver en *15 Million Merits* y con el poder de las redes sociales de *The National Anthem*. Un capítulo que explora la idea de la dictadura de los “me gusta” y en el que todo lo que importa es cuánto gustas a los demás en las redes y en la realidad, algo similar al Crédito Social de China, del que ya hemos hablado.

Fue a partir de su temporada 4 y sobre todo en la 5 cuando las cosas cambiaron de forma más brusca, muchos de los nuevos capítulos nos traen mejores tramas y más entretenidas, con un apartado visual aún mejor, lo que ha llevado a muchos de sus capítulos a recibir varios premios Emmy. Sin embargo, estos capítulos han hecho decaer de forma abrupta su contenido crítico, que era su cometido original. Los nuevos capítulos nos traen sociedades distópicas o utópicas en su mayoría futuristas, pero que son difícilmente llevadas a un análisis complejo. Los pocos temas de análisis son reciclados de temporadas anteriores, especialmente de la primera, sin aportar nada nuevo ni perspectivas diferentes a lo ya visto.

Es curioso que esto ocurriera a partir de que la plataforma de streaming Netflix se hiciera con los derechos de la serie de Brooker en 2015 y lo presionara para alargar el número de capítulos por temporada. Esto no afectó de forma significativa a la primera temporada emitida en la plataforma y con una mayor extensión de capítulos, la tercera, pero sí parece

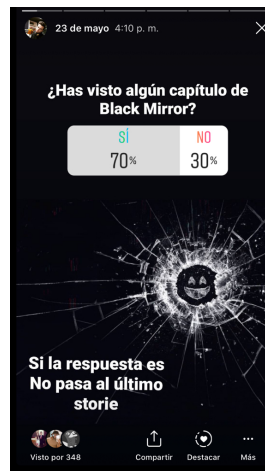
haber pasado factura a la cuarta y a la quinta (aunque en la última, la temporada volviera a su duración original de tres capítulos). Da la sensación de que los creadores de la serie se han quedado sin nada que contar, sin verdadero contenido crítico. Parece que estas últimas temporadas tengan cierto paralelismo con el espacio de entretenimiento que el juez Hope ofrece a Bing en el capítulo, un espacio que se aprovecha de la contundencia y popularidad de su primer discurso y que acaba perdiendo el sentido original en pos del beneficio personal.

Podría parecer que Bing es un reflejo de lo que sucedería años después con la serie y con su propio creador. Sin embargo, para dictar esa sentencia, antes hay que atender a lo más importante, la recepción de la audiencia. En la serie la audiencia observa el programa de Bing por ver su actuación, es un mero entretenimiento, no atienden a su mensaje y solo a la forma, por esto Bing prostituye su imagen y se convierte en otro apéndice más. Por eso, para responder a la pregunta de si Bing es una metáfora de la propia serie, primero es necesario evaluar lo que la serie ha provocado en la audiencia, si ha sido un mero entretenimiento o verdaderamente ha cambiado en algo su perspectiva o le ha planteado preguntas. “Depende de cómo se enfoque, puede ser juicioso o puede ser pernicioso un mismo producto. Lo que aquí es significativo es el uso que cada uno de nosotros realice, poco a poco, e individualmente” (Villacañas Esteve, 2018, p.97).

Para evaluar este apartado y responder de forma parcial y acotada a esta pregunta se ha seguido el ejemplo de *Black Mirror*, se ha utilizado uno de los nuevos medios puesto en tela de juicio como propia herramienta de análisis, en el caso de la serie para transmitir un mensaje, en el nuestro, para recopilar datos. En este caso se ha hecho uso de la red social Instagram, por su sencillez a la hora de emitir encuestas y recibir un gran número de respuestas, un formato de “miniencuestas” a través de los “instastories” muy utilizado en algunas campañas de marketing digital. Al tratarse de una encuesta para responder a un par de preguntas, no atiende al análisis segregativo por género ni por edad, se trata simplemente de responder a la pregunta de si la serie les ha hecho reflexionar y o cambiar su perspectiva, es decir, si la serie ha cumplido su objetivo inicial.

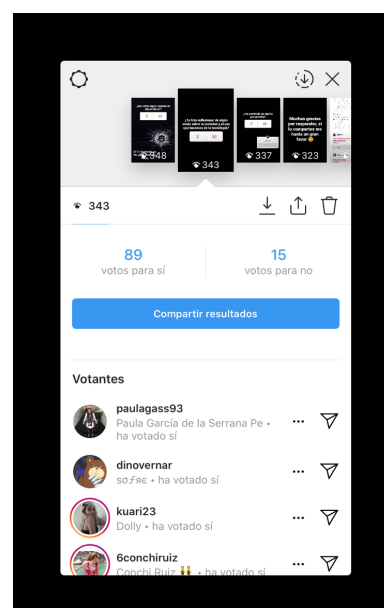
La primera pregunta de la encuesta no tiene ningún fin analítico más que el de delimitar la participación en las siguientes preguntas a aquel sector de los participantes que han

visto algún capítulo de la serie. Esto queda reflejado en el mensaje de: “Si la respuesta es No pasa al último storie” o dicho de otra manera, si no lo has visto no hagas la encuesta.

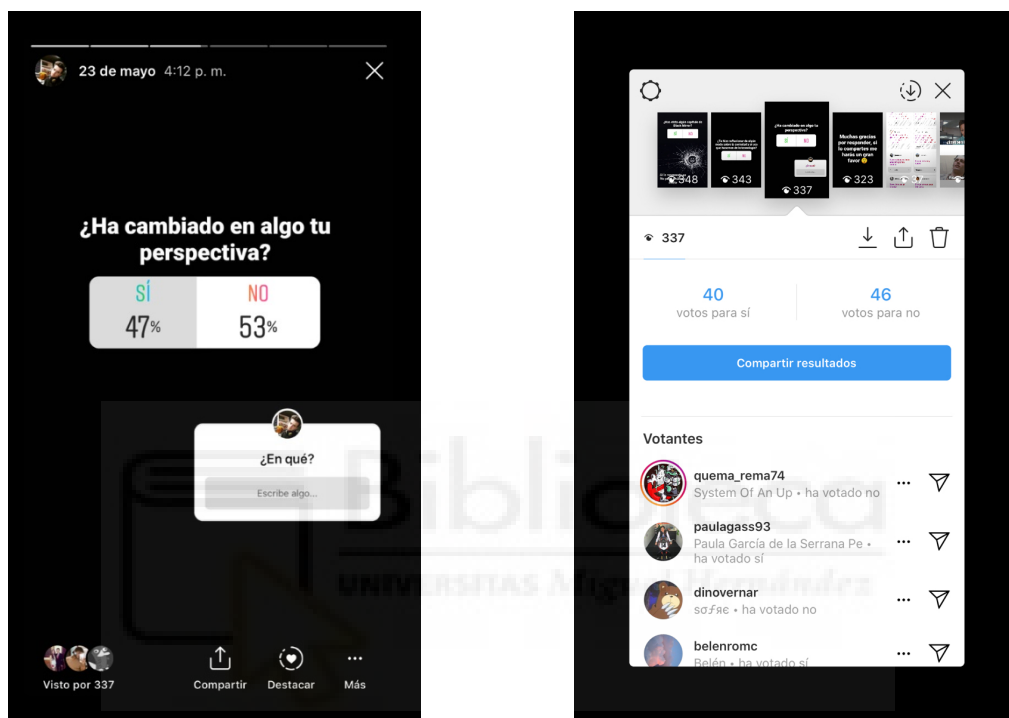


Su resultado, por lo tanto, no es importante, aunque nos ofrece datos sobre el total de participantes de la encuesta, que fue de 146, un número que superaba con creces la cifra esperada. Aunque este número se ve reducido en las siguientes preguntas, dado que al 30% de los encuestados que indicaron que no habían visto la serie se les solicita que no continúen.

La segunda nos acerca más a las preguntas planteadas, planteando la siguiente cuestión: ¿Te hizo reflexionar de algún modo sobre la sociedad y el uso que hacemos de la tecnología?

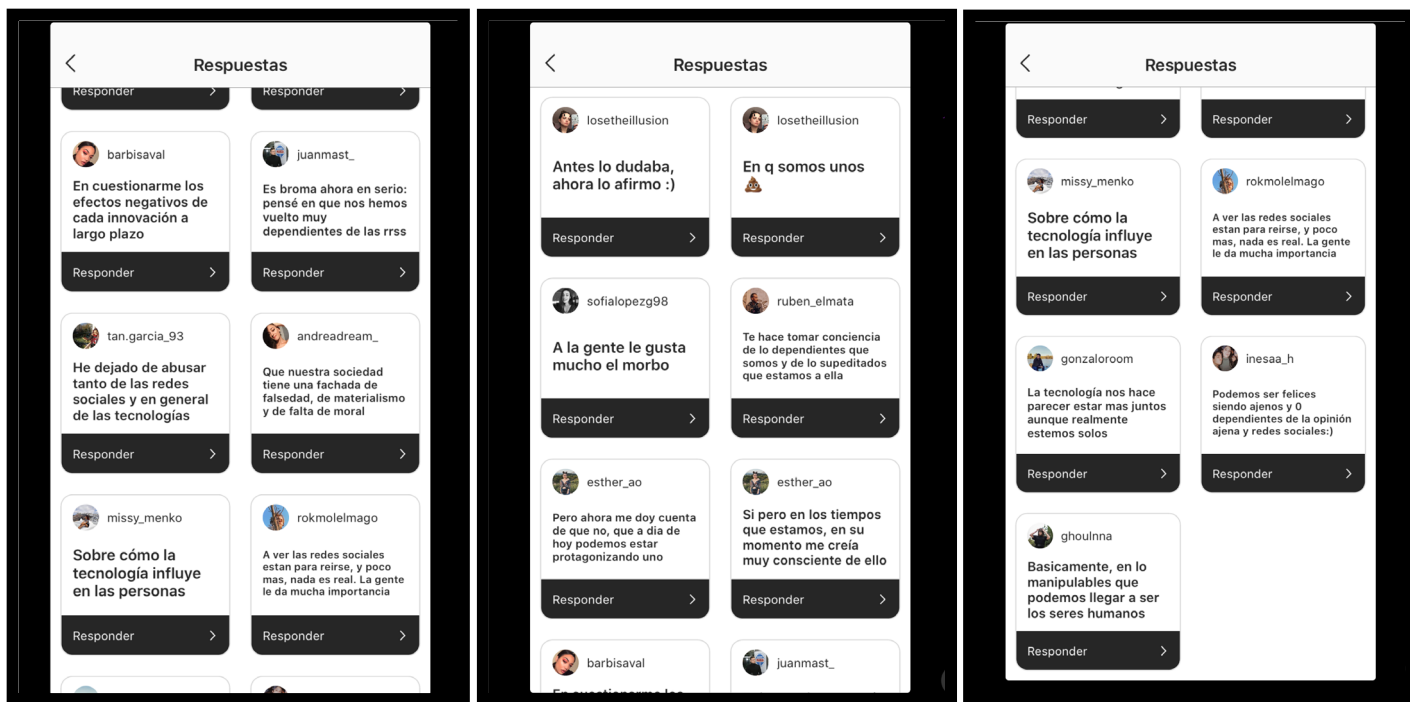


La respuesta fue casi unánime, con un 86% de votos afirmativos, es decir, que 89 de los encuestados aseguraron que la serie los hizo reflexionar sobre la sociedad y el uso de la tecnología, mientras que 15 de ellos vieron la serie por mero entretenimiento y no se pararon a reflexionar. Pero la cuestión verdaderamente determinante es la planteada a continuación: ¿Ha cambiado en algo tu perspectiva? Es decir, ¿cumple la serie su objetivo?



En esta cuestión las opiniones se dividen de forma clara con un peso mayoritario del “No”, con un 53% de las respuestas. 40 de los encuestados alegaron que su perspectiva respecto a la sociedad y al uso de la tecnología había cambiado, mientras que 46 comentaron lo contrario.

A pesar de que una mayoría de los encuestados no cambiaron su perspectiva a raíz de lo visto y aprendido en la serie, que casi la mitad de los encuestados hayan cambiado su perspectiva es un dato bastante destacable y, desde luego, a día de hoy parece una proeza que 89 personas se hayan parado a reflexionar después de ver un capítulo. Junto a la última encuesta se ha añadido una pestaña de comentarios, para abrir la puerta a los encuestados a que den su opinión. Algo que no solo enriquece la encuesta, también favorece la reacción del usuario, por darle la posibilidad de expresarse.



A pesar de que los comentarios son un mero complemento, sí que podemos apreciar que en muchos casos ha calado en sentido que se quiere transmitir con las narrativas de los capítulos, vemos que *Black Mirror* ha cumplido con ese cometido original que quedaba en tela de juicio con comentarios como: “Que nuestra sociedad tiene una fachada de falsedad, de materialismo y de falta de moral”, “te hace tomar conciencia de lo dependientes que somos y de lo supeditados que estamos a ella (a la tecnología)” o “en lo manipulables que podemos llegar a ser los seres humanos”. Incluso una de ellas compara la situación actual con el COVID-19 con la trama de sus capítulos: “...Ahora me doy cuenta de que (...) a día de hoy podemos estar protagonizando uno”. Mostrándonos lo cercanas que son estas situaciones a la realidad y cómo se hace real la célebre frase de “la realidad supera a la ficción”.

Con lo visto en la encuesta, parece que, a pesar de la bajada de contenido de sus últimas temporadas, la serie de Brooker a nivel general cumple con el objetivo de transmitir una opinión y una visión crítica de la sociedad, de la tecnología y de la propia humanidad. Por lo tanto, Bing Matsen a fin de cuentas parece no ser un reflejo fiel de la propia serie, aunque no quita que pueda ser una metáfora en algunos aspectos. Pero al final eso no es tan relevante, lo que importa es lo que queda, lo que permanece en la mente de las personas cuando la pantalla se apaga y todo lo que ven es su reflejo en el espejo negro.

## 6.4. La metáfora del Espejo Negro

Al final descubrimos que todo lo mostrado a través de sus capítulos se nos había anunciado desde antes de comenzar a ver la serie, desde que escuchamos por primera vez su nombre. El espejo negro es una doble metáfora, su primer significado es el obvio, el de las pantallas que nos rodean en todo momento. “El ‘espejo negro’ del título es lo que usted encontrará en cada pared, en cada escritorio, en la palma de cada mano: la pantalla fría y brillante de un televisor, un monitor, un teléfono inteligente” (Brooker, 2011).

Pero no se trata solo de eso, un espejo es y ha sido durante la historia un símbolo de gran valor cultural. No se trata del objeto en sí, sino de la imagen que nos devuelve, del reflejo. “El reflejo es un modelo de lo real, cuya inmaterialidad lo dota de una irrealidad constitutiva. El espejo es el símbolo por excelencia de la representación de la realidad” (Sorrivas, 2020). El propio nombre de la serie nos avisa de que aquello que vamos a ver es el reflejo de nosotros mismos y de nuestra sociedad, pero no un reflejo puro, ni exacto, sino un reflejo oscuro, uno que ha perdido su color, un reflejo distorsionado. “Están ahí, delante nuestro. Tiranos. Representando nuestra peor versión. Una copia exacta pero en negativo. Una especie de Upside Down, donde nosotros somos nuestro propio Demogorgon” (Sorrivas, 2020).

La serie, con sus diferentes tramas y contextos, ya está presente en nuestra sociedad y nos rodea de diferentes maneras. Al final no es más que un reflejo oscuro. Es una imagen que nos muestra la peor cara de nosotros mismos y de cómo vivimos en sociedad, en la que vemos reflejada nuestra apatía, nuestro egoísmo, nuestra hipocresía y nuestra sumisión. Pero lo peor de todo es la forma en la que nuestra realidad es aún más cruda que sus capítulos, la forma en la que vemos que el reflejo, a fin de cuentas, no es tan oscuro ni tan distorsionado. Es definitiva nuestra solución de cómo reaccionar ante esto, si debemos cambiar para que éste deje de ser un reflejo fiel a la realidad o continuar viviendo como hasta ahora. Es nuestra la decisión seguir permitiendo que *Black Mirror* sea un reflejo no tan distorsionado de nuestra sociedad.

# 7. BIBLIOGRAFÍA



## 7.1. Bibliografía

Aroni Laimito, M. (2019) *El amor postmoderno y las nuevas tecnologías a propósito de Black Mirror*. (Trabajo de Fin de Grado). UV, Segovia.

Bauman, Z. (2018). *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. España. Grupo Planeta.

Bauman, Z. (2002). *Modernidad Líquida*. España: FCE.

Benedí Esteban, J. (2013) *Al otro lado del espejo negro: análisis del discurso verbal en la serie de televisión Black Mirror*. (Trabajo de Fin de Grado). UZ, Zaragoza.

Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, Vol. 1, La Sociedad Red*. Madrid. Alianza.

Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona. Areté.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid. Alianza.

De Ugarte, D. (2012). *El poder de las redes*. Buenos Aires. Aurelia Rivera Libros.

Echauri-Soto, G. (12 de mayo de 2016) *Black Mirror, McLuhan y la era digital. Razón y Palabra*. Monterrey.

Fontana, J. (2017). *El siglo de la revolución*. Barcelona. Planeta.

García Avilés, J. (2015). *Comunicar en la sociedad red. Teorías, modelos y prácticas*. Barcelona. Oberta UOC Publishing, SL.

Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa. Racionalidad de la acción (Vol. I)*. España. Taurus.



Han, B. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona. Herder Editorial.

Han, B. (2015). *La salvación de lo bello*. Barcelona. Herder Editorial.

Huxley, A. (2017). *Un mundo feliz*. España. Debolsillo.

Jenkins, H. (2008). *Convergencia Cultural. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós.

Jiménez, D. (2019). *El Director. Secretos y mentiras de la prensa narrados por el exdirector de El Mundo*. España. Libros del K.O.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona. Anthonopos.

Lévy, P. (1999). *Qué es lo virtual*. Barcelona. Paidós.

Malchiodi, L. (2017) *De la comunicación de masas a las hipermediaciones: La emergencia de nuevas formas de comunicación y consumo digitales. Análisis de Black mirror*. (Tesina de Grado). UNR, El Rosario.

Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona. Paidós.

McLuhan, M. & McLuhan, E. (2009). *Las leyes de los medios. Cuadernos de comunicación*. Barcelona. Paidós.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona. Paidós.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona. Paidós.

Orwell, G. (1985). *1984*. España. Debolsillo.

- Pinillos, J. (1997). *El corazón del laberinto*. Madrid. S.L.U. Espasa Libros.
- Pisani, F y Piolet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona. Paidós Comunicación.
- Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona. Gedisa.
- Salgado, A. C. (2019). *Conceptos de utopía y distopía en Black Mirror: comparación del contexto con la Primavera Árabe*. (Trabajo de Fin de Grado). UV, Segovia.
- Saperas, E. (1985). *La sociología de la comunicación de masas en Estados Unidos. Primera y Segunda Parte*. Barcelona.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona. Gedisa.
- Sibilia, M. P. (2006). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Estados Unidos. FCE.
- Sibilia, M. P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Argentina. FCE.
- Hobbes, T. (2018). *Leviatán*. Barcelona. Deusto S.A. Ediciones.
- Esteban Tomás, S. (2018). *Otredad en Black Mirror*. (Trabajo de Fin de Grado). UAB, Barcelona.
- Trousson, R. (1995). *Historia de la literatura utópica. Viajes a países inexistentes*. Barcelona. Península.
- Villacañas Esteve, J. (2018). *Representaciones de los medios de comunicación y las tecnologías en las sociedades ficticias de 'Black Mirror', un enfoque postmoderno*. (Trabajo de Fin de Grado). UAB, Barcelona.
- Zizej, S. (2018). *La vigencia del manifiesto comunista*. Barcelona. Anagrama.

## 7.2 Webgrafía

### Vídeos

Altozano, J. [Dayo Script]. (2018). Black Mirror [Análisis] - Post Script. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=dDyVY7rLYGk>

Brown, B. [Bryce Edward Brown]. (2019). The Ending of Fifteen Million Merits Explained | Black Mirror Season 1 Explained. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=4oTiKWCB0k0>

Brown, B. [Bryce Edward Brown]. (2019). The Ending Of The Entire History of You Explained | Black Mirror Season 1 Explained. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ibrac95yVC0>

Reyes, M. [Miki Reyes]. (2018). Resumen y Analisis: Black Mirror 1x01 - "El Himno Nacional". [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=XCvEjnSu0EE>

### Artículos

Asunción Vacas y Charo Álvarez (2015). La audiencia en la construcción de la sociedad en red. Abril de 2020, de UV. Sitio web: <https://www.uv.es/~reguera/audiencias/audiencia%20interactiva.pdf>

Carlos Alberto Scolari (2009) Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. Abril de 2020, de International Journal of Communication. Sitio web: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477>

EFE-EPA (24 de mayo de 2019) “Black Mirror” creator Charlie Brooker: Show is not anti-technology. Mayo de 2020, de Agencia EFE. Sitio web:

<https://www.efe.com/efe/english/life/black-mirror-creator-charlie-brooker-show-is-not-anti-technology/50000263-3984145>

Facundo Manes (22 de junio de 2015) El olvido, un mecanismo de la memoria. Mayo de 2020, de Infobae. Sitio web: <https://www.infobae.com/2015/06/23/1736963-el-olvido-un-mecanismo-la-memoria/>

Javier Cigüela Sola y Jorge Martínez Lucena (2014) El imaginario de la democracia en Black Mirror. Abril de 2020, de RUC. Sitio web: <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/14488>

José Luis Orihuela (2002). Los nuevos paradigmas de la comunicación. Abril de 2020, de Ecuaderno. Sitio web: <https://www.ecuaderno.com/>

Josep María Bunyol. (2014). Charlie Brooker: El Señor de los Espejos. Abril de 2020, de Serielizados Sitio web: <https://serielizados.com/charlie-brooker-el-senor-de-los-espejos-black-mirror-perfil/>

Manuel Castells. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. Abril de 2020, de Dialnet. Sitio web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2545714>

Marina Cossialls (12 de diciembre de 2016) “Black Mirror” el reflejo de una sociedad tecnológica. Febrero de 2020, de Medium. Sitio web: <https://medium.com/@marina.cossialls/black-mirror-el-reflejo-de-una-sociedad-tecnol%C3%B3gica-ff43e01df670>

Melisa Avolio (16 de agosto de 2016) El lado oscuro de Black Mirror: “No es la tecnología que hace escalofriante al futuro”, consideró un filósofo. Mayo de 2020, de Agencia Télam. Sitio web: <https://www.telam.com.ar/notas/201608/159256-serie-black-mirror-netflix.php>

Nicolás Sorrivas (2020) Black Mirror: El espejo que nos mira. Marzo de 2020, de UP.

Sitio web:

[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=718&id\\_articulo=15209](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=718&id_articulo=15209)

Ricardo Sánchez (6 de junio de 2013) “Black Mirror” (1×01), un experimento de crisis política y mediática en la era de Twitter y Youtube. Marzo de 2020, de Codigocine. Sitio

web: <https://codigocine.com/black-mirror-serie-de-television/>

### **Sitios web**

Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/>

FilmAffinity: <https://www.filmaffinity.com/es/main.html>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/schhp?hl=es>

IdSA: <https://www.idsa.es/indicadores-de-la-sociedad-digital-para-espana/>

Netflix: <https://www.netflix.com/es/>

Posterspy: <https://posterspy.com/>

YouTube: <https://www.youtube.com/?gl=ES&hl=es>

## 7.3 Filmografía

Amstrong, J. (Escritor) y Welsh, B. (Director). (2011). The Entire History of You [episodio]. En Brooker, C., *Black Mirror*. Londres. Channel 4.

Brooker, C. (Escritor) y Bathurst, O. (Director). (2011). 15 Million Merits [episodio]. En Brooker, C., *Black Mirror*. Londres. Channel 4.

Brooker, C. (Escritor) y Lyn, E. (Director). (2011). The National Anthem [episodio]. En Brooker, C., *Black Mirror*. Londres. Channel 4.

Tredwell-Owen, C., Alex Kurtzman, A. y Orci, R. (Escritores) y Bay, M. (Director). (2005). The island [cinta cinematográfica]. Estados Unidos. Dreamworks.

